

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### **A. Gambaran Umum KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak dan KSPPS MADE Demak.**

#### **1. Gambaran Umum KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak**

##### **a. Profil KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak**

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) adalah sebuah lembaga keuangan mikro syariah yang visinya adalah menjadi bagian dari kegiatan-kegiatan *Maal* (harta sosial) yang orientasinya kepada kegiatan sosial, baik produktif maupun konsumtif (penghimpunan dan pemberdayaan ZIS Zakat, Infaq, Shadaqah). Selain itu, visi bisnis BMT yaitu yang orientasi kegiatannya lebih kepada profit (keuntungan) dengan sistem bagi hasil sehingga dapat menumbuhkembangkan usaha mikro dan kecil dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin.

Lingkup kerja BMT adalah dari sisi sosial dan bisnis syariah. Sisi sosial yaitu penghimpunan dana ZIS yang diperuntukkan bagi delapan golongan, pembangunan fasilitas umum, dan kegiatan-kegiatan sosial. Sementara itu, sisi bisnis syariahnya yaitu pengembangan usaha kecil menengah baik produktif maupun konsumtif dengan menggunakan transaksi akad-akad syariah.

Seperti yang jamak kita ketahui, banyak BMT berdiri karena merupakan aspirasi masyarakat kecil yang ingin mendapatkan kesetaraan kelayakan hidup dan ekonomi sehingga kehadiran BMT sangatlah mendukung pengusaha-pengusaha kecil yang berada di pedesaan, di perkampungan kota atau pun di pasar-pasar tradisional. Hal ini terdorong karena banyak perbankan syariah, instansi-instansi besar, baik pemerintah maupun swasta, yang kurang perhatian dalam membantu permodalan untuk usaha kecil. Banyak pedagang kecil tidak bisa mendapatkan modal karena tidak adanya sistem usaha yang baik, manajemen laporan keuangan yang kurang terkontrol, legalitas usaha yang belum ada, serta surat berharga lainnya untuk dijadikan agunan (jaminan) pinjaman modal usaha. Sementara, kalau

kita lihat lebih dalam, pedagang-pedagang kecil sangat berpotensi dalam mengembangkan usahanya dengan resiko kerugian kecil dan kesadaran untuk membayar cukup baik melalui pembinaan-pembinaan dan dengan konsep kekeluargaan yang profesional.

Berangkat dari sebuah kerinduan untuk berjuang fisisabilillah, memberdayakan ekonomi ummat, dengan merujuk pada sabda Nabi bahwa sebaik baik manusia adalah yang bisa memberi manfaat pada orang lain, dari itulah keinginan untuk bisa membantu sesama adalah tujuan dan harapan yang melatarbelakangi berdirinya sebuah Koperasi BMT As Salam.

Dengan belajar dari Koperasi-koperasi lain dan dengan pembinaan dan bimbingan dari Kantor Koperasi dan UKM , maka KSU BMT As salam dapat berdiri dengan keanggotaan masyarakat sekitar, dan tepatnya pada tanggal 28 Oktober 2004 KSU BMT As Salam mendapat legimitasi dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Demak dengan SK Nomor : 68/BH.Kop.11-03/X/2004 dengan nama KSU As Salam yang berkedudukan di Desa Mangunrejo 01/01 Kecamatan Kebonagung Kabupaten Demak.<sup>14</sup>

**b. Visi, Misi, Tujuan dan Komitmen KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak**

1) Visi

Terwujudnya Koperasi Serba Usaha yang mandiri, syari'ah dan tangguh dengan berlandaskan amanah dalam memberdayakan ekonomi umat sebagai sarana pengabdian terhadap Allah SWT.

2) Misi

Upaya untuk mewujudkan visi, Koperasi Serba Usaha BMT Assalam melakukan aktifitas sebagai berikut:

- a) Mengajak seluruh potensi yang ada dalam masyarakat dengan tanpa membedakan suku, ras, golongan dan agama, agar mereka dapat bersama -sama, bersatu padu dan beritikad baik dalam membangun ekonomi

---

<sup>14</sup> Data Gambaran Umum BMT As-Salam Desa Mangunrejo 01/01 Kebunagung Demak.

kerakyatan secara bergotong royong dalam bentuk koperasi.

- b) Membantu para pedagang kecil dan menengah didalam mobilisasi permodalan demi kelancaran usaha sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan mereka.
  - c) Turut membantu pembangunan ekonomi dan menunjang pelaksanaan kegiatan usaha secara aktif dengan mengajak mitra usaha lainnya baik BUMN, swasta, perbankan maupun gerakan koperasi lainnya.
- 3) Tujuan
- a) Meningkatkan semangat dan peran serta masyarakat dalam berkoperasi syariah.
  - b) Meningkatkan pemberdayaan masyarakat ekonomi lemah dengan program simpanan, pembiayaan, solidaritas/taawun dan jasa keuangan lainnya.
  - c) Membantu masyarakat kecil dan menengah dengan mengembangkan ekonomi umat berdasarkan prinsip Muamalah Islamiyah.
  - d) Sebagai sarana kesuksesan dunia akhirat, melalui penerapan prinsip Muamalah Islamiyah.
- 4) Komitmen
- a) Tumbuh dan berkembangnya Aset
  - b) Memperluas Jaringan
  - c) Memakmurkan karyawan
  - d) Memberikan manfaat kepada anggota yang sebesar-besarnya
  - e) Bertekad untuk meningkatkan dan mengembangkan disiplin ilmu
  - f) Memberikan pelayanan yang terbaik.<sup>15</sup>

**c. Data Lembaga dan Struktur Organisasi KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak**

Dalam menjalankan perusahaan untuk mencapai tujuan yang diharapkan maka diperlukan struktur organisasi yang baik dan jelas, sehingga dapat diketahui tugas masing-masing dan kesimpangsiuran dalam menjalankan tugas dapat dihindari. Adapun struktur organisasi KSU BMT As-Salam

---

<sup>15</sup> Data Gambaran Umum BMT As-Salam Desa Mangunrejo 01/01 Kebunagung Demak.

Mangunrejo Kebunagung Demak tahun 2020 adalah sebagai berikut:

- 1) Kelembagaan KSU BMT As-Salam
  - Nama Koperasi : KSU "BMT AS SALAM"
  - Tanggal berdiri : 10 Mei 2004
  - Nomor Badan Hukum : 68/BH.Kop.11-03/X/2004
  - Tanggal Badan Hukum : 28 Oktober 2004
  - SIUP : 503.11.3/01154/III/2017
  - TDP : 110226401155
  - NPWP : 02.771.831.1-515.000
  - IMB : 503.03/01148/III/2017
  - Alamat Kantor Pusat : Mangunrejo RT. 01/01  
Kebonagung Demak
  - Alamat Kantor Cabang :  
Cab. Mangunrejo : Mangunrejo  
RT.01/01Kebonagung  
Demak
  - Cab. Kramat : Kramat RT. 04/01 Dempet  
Demak
  - Cab. Sarimulyo : Sarimulyo RT. 10/01  
Kebonagung Demak
  - Cab. Sambung : Sambung RT. 02/04 Godong  
Grobogan
  - Cab. Baleromo : Baleromo RT. 05/05  
Dempet Demak
  - Cab. Babad : Babad RT. 02/03  
Kebonagung Demak
  - Nomor Telp/HP : 085225619933 /  
081225529501
- 2) Stuktur Organisasi KSU BMT As-Salam Mangunrejo  
Kebunagung Demak<sup>16</sup>
  - a) Susunan pengurus
    - Ketua : H. Akhmad Kanafi, S.Ag
    - Sekretaris : Subekan
    - Bendahara : H. Sarwan, S.Ag
  - b) Badan pengawas
    - Ketua : Kholil Rohman
    - Anggota : Nur Salim

---

<sup>16</sup> Data Gambaran Umum BMT As-Salam Desa Mangunrejo 01/01  
Kebunagung Demak.

- Anggota : Slamet Karyadi, SM
- c) Pengawas syariah
  - Ketua : Ky. Baidlowi
  - Anggota : H. Abdul Jabar
  - Karyawan : 27 orang
- d) Ketua kantor cabang
  - Ka. Cab. Mangunrejo : Masru'ah
  - Ka. Cab. Kramat : Nur Salim
  - Ka. Cab. Sarimulyo : M. Margianto
  - Ka. Cab. Sambung : Inarotun
  - Ka. Cab. Baleromo : Drs. H. Suyuti
  - Ka. Cab. Babad : Kholil Rohman

**d. Produk dan Layanan KSU BMT As-salam Mangunrejo Kebunagung Demak**

KSU BMT As-Salam mempunyai beberapa produk antara lain : produk simpanan, produk pembiayaan. Selain itu BMT As-Salam juga mempunyai layanan dan jasa keuangan seperti :

1) Produk Simpanan meliputi :

a) Simpanan Tarissa (Tabungan Harian As-salam)

Simpanan Tarissa adalah simpanan tabungan harian as-salam dengan sistem mudharabah (bagi hasil) yang diperuntukan bagi perorangan maupun lembaga dengan maksud investasi, keamanan maupun perencanaan keuangan masa depan.

- (1) Pembukaan rekening dapat dilakukan dengan mendaftar menjadi anggota baru dengan menyetor biaya pendaftaran sebesar Rp. 10.000.
- (2) Penyetoran dan penarikan dapat dilakukan kapan saja sesuai dengan jam kerja kantor.
- (3) Penyetoran dapat dilakukan oleh siapapun dan penarikan hanya boleh dilakukan oleh pemegang kuasa rekening tabungan.
- (4) Pemilik rekening simpanan Tarissa memperoleh buku tabungan yang dapat dijadikan bukti transaksi dan bukti kepemilikan rekening.
- (5) Dana yang terhimpun akan disalurkan dalam bentuk pembiayaan usaha produktif yang halal maupun sektor rill BMT.

- (6) BMT AS-SALAM memberikan imbalan berupa bagi hasil kepada seluruh nasabah simpanan dari pendapatan BMT dalam satu bulan.
  - (7) Perhitungan besaran imbalan atau bagi hasil ditentukan dari laba kotor BMT (*revenue sharing*) yang bersumber dari pendapatan bagi hasil pembiayaan, margin pembiayaan dan sektor riil BMT dan didasarkan pada saldo rata-rata harian dibukukan pada setiap akhir bulan.
- b) Simpanan Assiba Simpanan (Simpanan Assalam Berjangka)
- Assiba adalah simpanan As-salam Berjangka atau wadiah dana titipan yang di manfaatkan untuk menyalurkan dana kepada usaha produktif atau pihak yang membutuhkan dana dengan sistem mudharabah (bagi hasil) ada beberapa jangka waktu yang diberikan ada 3 bulan, 6 bulan, 8 bulan, 12 bulan, atau 24 bulan.
- (1) Simpanan Assiba adalah simpanan berjangka dengan akad Mudharabah (bagi hasil) yang diperuntukan bagi perorangan maupun lembaga untuk maksud investasi, keamanan maupun perencanaan keuangan kedepannya.
  - (2) Yang dapat menjadi penabung investasi Assiba adalah anggota dan calon anggota.
  - (3) Pembayaran bagi hasil dilakukan setiap bulan sekali.
  - (4) Invetasi Assiba tidak bisa ditarik kecuali pada jangka waktu tertentu sesuai dengan isi perjanjian.
- c) Simpanan Haji

Simpanan haji adalah tabungan anggota pada koperasi dengan akad *Mudharabah Al- Mutlaqoh* diperuntukkan yang telah berniat untuk menunaikan ibadah haji ke tanah suci. Syarat dan ketentuan membuka rekening simpanan adalah dengan mengisi aplikasi pembukaan rekening simpanan dan melampirkan identitas diri. Simpanan untuk keperluan ibadah haji penarikan dapat dilakukan menjelang keberangkatan Haji, dengan setoran awal minimal Rp. 100.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 50.000

d) Simpanan Dana Talangan Haji

Dana talangan haji adalah pinjaman dari Lembaga Keuangan Syariah kepada nasabah untuk menutupi kekurangan dana, guna memperoleh kursi haji pada saat pelunasan BPIH (Biaya Perjalanan Ibadah Haji). Nasabah wajib mengembalikan sejumlah uang yang dipinjam itu dalam jangka waktu tertentu. Kemudian lembaga keuangan syariah ini menguruskan pembiayaan BPIH berikut berkas-berkasnya sampai nasabah tersebut mendapatkan kursi haji tersebut.

2) Produk pembiayaan meliputi:

a) Pembiayaan Mudharabah (bagi hasil)

BMT AS-SALAM membuka produk mudharabah dengan ketentuan sebagai berikut:

- (1) Penggunaan pembiayaan hal ini adalah untuk kebutuhan usaha produktif yang diprioritaskan pada sektor perdagangan, *home industry* dan jasa.
- (2) Dalam pembiayaan ini BMT berlaku sebagai pemilik modal dan anggota sebagai pelaksana usaha.
- (3) Keuntungan yang diperoleh BMT adalah sebagai hasil.
- (4) Pembiayaan ini bersifat *trusty financing* (kepercayaan penuh) dimana BMT memberikan kepercayaan bagi anggota untuk mengelola dana yang direalisasikan.
- (5) Untuk memastikan anggota menjalankan usaha dengan baik, pembiayaan ini wajib disertai dengan agunan berupa BPKB atau sertifikat.
- (6) BMT tidak mengintervensi pengelolaan usaha yang dijalankan oleh anggota.
- (7) BMT dan anggota melakukan transaksi bagi hasil sesuai kesepakatan nisbah kedua pihak dengan prinsip bagian terbesar adalah bagian mudhorib atau anggota.
- (8) Proses bagi hasil dilakukan selama modal dari BMT AS-SALAM masih ada pada anggota, sehingga jika anggota melunasi kewajiban sebelum jangka waktu yang disepakati bersama maka BMT hanya mengambil hak bagi hasil sampai pada bulan berikutnya.

- (9) Pengembalian pokok pembiayaan dan bagi hasil disesuaikan karakteristik usaha yang dijalankan, berupa angsuran maupun jatuh tempo.
  - (10) Apabila terjadi kerugian bukan atas kelalaian anggota maka kerugian dalam bentuk uang ditanggung oleh BMT sedangkan anggota menanggung kerugian atas kelalaian yang dilakukannya dalam bentuk kehilangan usaha dan nama baik.
  - (11) Pengajuan pembiayaan wajib didahului dengan registrasi anggota dan membuka simpanan wajib pembiayaan.
  - (12) Realisasi pembiayaan akan dikenakan biaya administrasi tergantung dari jumlah pinjaman yang dilakukan. Misalnya pak dani meminjam uang 5.000.000,00, ada beban CR 1% dan biaya administrasi sebesar 2%. Perinciannya sebagai berikut :  

$$CR = 5.000.000,- \times 1\% = 50.000$$

$$Adm = 50.000 \times 2 = 100.000.$$

Jadi, biaya admistrasinya adalah:  $100.000 + 50.000$  yaitu 150.000.
- b) Pembiayaan Murabahah (jual beli)
- BMT AS-SALAM membuka produk Murabahah dengan ketentuan sebagai berikut:
- (1) Pembiayaan ini merupakan pembiayaan dengan sistem jual beli dimana BMT selaku penjual dan anggota sebagai pembeli, produk ini dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan barang untuk modal maupun untuk konsumsi.
  - (2) Sasaran produk ini adalah penawaran barang-barang produksi bagi para pelaku usaha dan barang konsumsi atau perabot.
  - (3) Untuk menjamin kepastian pembiayaan maka wajib disertakan agunan dalam setiap pengajuan berupa BPKB, sertifikat maupun barang itu sendiri.
  - (4) Pengajuan pembiayaan didahului dengan registrasi anggota dan membuka simpanan wajib pembiayaan.

- (5) Harga jual BMT kepada anggota adalah harga dasar barang ditambah dengan margin keuntungan BMT. Besarnya ditentukan oleh BMT dan anggota dalam negosiasi, sehingga antara satu anggota dengan yang lain bisa jadi berbeda.
- c) Pembiayaan Al-Qardh
  - (1) Peminjam Qardh, sebagai produk pelengkap untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak, atau untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan lainnya yang tidak bersifat komersial. Qardh diberikan dengan jangka waktu yang sangat pendek. Sumber dana pinjaman qardh ini diperoleh dari modal BMT As-salam sendiri. Penyajian pinjaman qardh ini dilakukan dalam aktiva lain-lain.
  - (2) Al-Qurdhu Hasan, untuk memenuhi kebutuhan bersifat sosial. Sumber dana diperoleh dari dana ekstern dan bukan berasal dari dana BMT AS-SALAM sendiri. Melainkan dari dana kebajikan seperti infaq, sodaqoh, zakat dll.<sup>17</sup>
- 3) Layanan
  - a) Tagihan layanan umum seperti PLN, PAM.
  - b) Isi ulang pulsa handphone seperti : Simpati, Kartu AS, XL, Prabayar, Mentari, StarOne, IM3, Fren, Asia, Flexi, Trendy, Smart, HEPI, 3 dan Axis.

## 2. Gambaran Umum KPPS MADE Demak

### a. Profil KSPPS MADE Demak

Pendirian KSPPS MADE Demak ini berawal dari adanya program Pelatihan Pengangguran Pekerja Terampil (P3T) yang diselenggarakan oleh Departemen Tenaga Kerja (DEPNAKER) Jawa Tengah bekerja sama dengan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) Pusat Inkubasi Usaha Kecil (Pinbuk) Jawa Tengah Tahun 1998, yang diselenggarakan di Asrama Haji Donohudan Solo Jawa Tengah. Oleh pemuda pemudi asal Demak yang ikut dalam pelatihan tersebut ide ini kemudian di pertegas lagi dalam pertemuan-pertemuan

---

<sup>17</sup> Data Gambaran Umum BMT As-Salam Desa Mangunrejo 01/01 Kebunagung Demak.

antara pemuda pemudi, Ketua BKM Kabupaten Demak, Ketua Ta'mir dan Anggota Masjid Agung Demak serta tokoh-tokoh masyarakat. Dari pemuda diketuai oleh Ariful Husni, Ketua BKM Kabupaten Demak oleh H. Moh. Zaini Dahlan dan ketua Ta'mir Masjid Agung Demak oleh KH. A. Soaheimi Soelaiman sepakat untuk mendirikan KSPPS Masjid Agung Demak (MADE).

Dengan persiapan kurang lebih dua setengah bulan KSPPS MADE berdiri tepatnya pada tanggal 3 Oktober 1998 secara bersamasama BMT se Kabupaten Demak diresmikan oleh Bupati kepala Daerah Tingkat II Demak (Bapak H. Djoko Widji Suwito, S.IP.) di gedung DPRD Kabupaten Demak. Sedangkan ijin Badan Hukum diajukan tanggal 23 Oktober 1998 dan keluar ijinnya tanggal 02 Nopember 1998 dengan nomor Badan Hukum: 06/BH/KDK.11-03/XI/98 oleh Departemen Koperasi Pengusaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia.

KSPPS MADE mulai beroperasi bulan Nopember 1998 dengan tujuan yang diinginkan adalah pemberdayaan ekonomi ummat di Kabupaten Demak khususnya di Jawa Tengah pada umumnya, pada segmen kecil dan kecil bawah. Dalam meningkatkan taraf kehidupannya melalui produk-produk yang dimiliki dan diharapkan dapat menghimpun dana dari masyarakat serta mengalokasikan kepada masyarakat yang membutuhkan.

Perkembangan KSPPS MADE sejak dimulainya operasional Nopember 1998, Alhamdulillah sampai sekarang berjalan dengan baik, baik dibidang pertumbuhan, pelayanan maupun pengelolaan.

Atas kepercayaan masyarakat dan didukung oleh profesional muda yang siap memberikan pelayanan prima untuk menjadi mitra muamalah, sedang sistem dan prosedur per-KSPPS-an (Perbankan) KSPPS MADE Demak di tunjang teknisi komputer yang memungkinkan untuk memberikan pelayanan yang cepat, cermat dan akurat.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Data Profil KSPPS MADE Demak

### **b. Visi, Misi KSPPS MADE Demak**

Secara umum Visi yang ingin dikembangkan oleh KSPPS MADE Demak adalah “pemberdayaan Umat Islam di Kabupaten Demak khususnya di Jawa tengah pada umumnya, pada segmen kecil dan kecil bawah yang membutuhkan dana dengan layanan kecepatan dan ketepatan proses pelayanan, bersih menjauhkan proses transaksi dari unsur kolusi, korupsi dan nepotisme (KKN) serta membantu anak didik dari golongan masyarakat ekonomi lemah dengan bantuan Beasiswa Amanah (BSA). menyalurkan bantuan rutin ke panti asuhan, membantu pengembangan sarana ibadah masjid/musholla serta memberikan layanan sosial berupa program pembinaan keagamaan khususnya pada anggota atau nasabah dan pada masyarakat umum secara terpadu dengan sistem kontak muamalah atau dakwah jamaah yang diformulasikan dengan block system sesuai area (wilayah binaan masing1masing nasabah)”.

Sedangkan Misi KSPPS MADE Demak yaitu pemberdayaan tersebut dalam visi diatas diraih dan dicapai dengan kesadaran penuh (kaffah) Umat terhadap penerapan ajaran Agama Islam secara menyeluruh dalam aspek kehidupan. Dengan kata lain, kesejahteraan, peningkatan kualitas hidup, peningkatan produktivitas dan etos kerja dengan pola sikap hidup hemat dan lain-lain yang betul-betul didasari pada tuntutan kaidah agama Islam.

Strategi pencapaian visi dan misi tersebut diatas dilakukan dengan memaksimalkan potensi SDI (Sumber Daya Insani) karyawan/karyawati KSPPS MADE dengan skala prioritas pada :

- a. Penanaman doktrin kelembagaan dengan memposisikan karyawan dan karyawati sebagai “Muballigh/Muballigho” yang terkonsentrasi pada kewajiban menyampaikan (mendakwah) kan ajaran Islam dalam bidang jual beli dan muamalah duniawiyah yang lain.
- b. Penanaman doktrin pribadi dengan meyakinkan individu karyawan/karyawati bahwa tugas mulia yang di emban di KSPPS MADE selain untuk memenuhi kewajiban mencari nafkah yang halal untuk keluarga juga merupakan investasi akhir dalam menyongsong kebahagiaan hidup. Dasar pemikiran tersebut dilandasi

keyakinan bahwa tugas berdakwah yang dilakukan adalah kewajiban bagi setiap muslim dan muslimat.

- c. Penanaman doktrin profesional bahwa tugas setiap karyawan/karyawati harus menjadi pelayan nasabah dengan mengedepankan “TRI SILA MADE”.<sup>19</sup>

- 3.1. kecepatan proses pelayanan

- 3.2. Home Banking

- 3.3. Ingin menjadi malaikat (dalam tanda “)

**c. Data Lembaga dan Struktur Organisasi KSPSS MADE**

**Demak**

1) Kelembagaan` KSPSS MADE Demak

Nama : KSPSS Masjid Agung  
Demak (KSPSS MADE)

Status Badan Hukum : Koperasi

Tanggal berdiri : 03 Oktober 1998

Operasional mulai tgl : 02 Nopember 1998

No.Badan Hukum : 06/BH/KDK.11.03/XI/1998

DP : 110226505250

SIUP : 503.11.3/04821/IX/2011

NPWP : 1.889.929.4-508s

Alamat BMT :

Kantor Pusat : Jl. Pemuda No.101,  
Petengan Selatan, Bintoro,  
Kec. Demak, Kab. Demak,  
Jawa Tengah 59511 Telp.  
(0291) 685004

Cabang I : Jl. Raya Karanganyar No.  
29 Karanganyar Demak  
Telp. (0291) 33154140

Cabang II : Jl. Demak-Purwodadi  
Wonosalam Demak Telp.  
(0291) 6905041

Cabang III : Jl. Demak-Kudus KM. 18  
Gajah Demak Telp.  
081325405437

Cabang IV : Jl. Purwodadi-Demak  
Tepatnya di Dempet.

---

<sup>19</sup> Data Profil KSPSS MADE Demak

- Cabang V : Jl. Purwodadi-Demak  
Tepatnya di Guntur.
- Cabang VI : Jl. Ploso-Wonosalam  
Demak tepatnya di Pasar  
Wonosalam.
- 2) Susunan pengurus KSPPS MADE Demak<sup>20</sup>
- a) Pengurus
    - Ketua : H. Mohammad Zaini
    - Sekretaris : M. Zainuri Mawardi
    - Bendahara : Samsuri
  - b) Badan Pengawas
    - Ketua : Muhammad Asyiq
    - Anggota : M. Anwar Said
    - Anggota : Hanan Effendi
  - c) Badan Pengawas Syariah
    - Ketua : Muhammad Asyiq
    - Anggota : Umi Wahidah
    - Anggota : Agus Firdaus Junaidi
  - d) Ketua Kantor Cabang
    - Ka. Cab. Pusat : Rofik Sururi, SE
    - Ka. Cab. Karanganyar : Agus Kristanto, SE
    - Ka. Cab. Gajah : Rokip, SE
    - Ka. Cab. Dempet : Agus Firdaus junaidi, S.Ag.
    - Ka. Cab. Guntur : Bayu Aria Wiratno, SE
    - Ka. Cab. Wonosalam I : Ahmad Fathu Shodiq, SE
    - Ka. Cab. Wonosalam II : Hanan Effendi, Amd.

**d. Produk dan Layanan KSPPS MADE Demak**

Produk KSPPS MADE Demak meliputi dua komponen yaitu produk dibidang *Baitul Tamwil* dan Produk di bidang *Baitul Maal*, produk-produk tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Simpan Pinjam
  - a) Tabungan Ummat
 

Tabungan ummat yaitu tabungan atau simpanan masyarakat yang transaksinya dapat dilakukan sewaktu-waktu.

(1) Bagi hasil keuntungan dihitung atas saldo rata-rata harian dan diberikan tiap bulan.

---

<sup>20</sup> Data Profil KSPPS MADE Demak

- (2) Pembukaan rekening atau nama perseorangan/lembaga dengan setor awal Rp. 10.000,-
  - (3) Tabungan dengan sistem komputerest.
  - b) Simpanan Mudharabah Berjangka
 

Simpanan Mudharabah Berjangka merupakan simpanan uang di KSPPS dengan pengembalian kembali ditentukan jangka waktunya sesuai yang disepakati, simpanan ini jangka waktunya 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan
  - c) Tabungan Amanah
 

Tabungan Amanah yaitu simpanan khusus untuk shodaqoh, hibah, zakat, dan wakaf, dimana dana amanah ini disalurkan dalam bentuk kredit Qordul Hasan yaitu pinjaman kebajikan untuk usaha yang produktif bagi yang berhak.
- 2) Pembiayaan
- Jenis pembiayaan yang diberikan KSPPS MADE kepada masyarakat adalah sebagai berikut:
- a) Pembiayaan *Mudharabah*

Pembiayaan *Mudharabah* adalah pembiayaan dengan adanya perjanjian usaha antara KSPPS MADE Demak dengan anggota, dimana seluruh dana berasal dari KSPPS sedangkan anggota melakukan pengelolaan atas usaha. Hasil usaha ini dibagi sesuai dengan kesepakatan pada waktu akad pembiayaan. Jika terjadi kerugian, maka KSPPS akan menanggung kerugian dana.
  - b) Pembiayaan *Musyarokah*

Pembiayaan *Musyarokah* adalah pembiayaan dengan perjanjian usaha antara KSPPS dengan anggota dimana KSPPS mengikutsertakan sebagian dana dalam usaha tersebut. Hasil usaha ini dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama dengan pertimbangan proporsi modal. Jika terjadi kerugian, maka kerugian ditanggung bersama sesuai proporsi modal.
  - c) Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *Murabahah* adalah pemberian kredit modal kerja pada usaha produktif. KSPPS melakukan

pembelian barang sedangkan anggota atau pengusaha melakukan pembayaran ditangguhkan.

e) *Pembiayaan Al-Qardul Hasan*

*Pembiayaan Al-Qardul Hasan* adalah berupa pembiayaan dengan syarat ringan pada anggota dengan tidak ditentukan atau dikenakan bagi hasil.

3) Pengembangan Usaha Sektor Riil

Kemungkinan usaha yang sesuai dengan asas dan tujuan KSPPS MADE, meliputi tetapi terbatas pada bidang usaha sebagai berikut:

- a) Perdagangan umum
- b) Pertanian, peternakan, perikanan
- c) Perumahan
- d) Jasa
- e) Pendidikan khusus (Kursus)

4) Jasa dan Layanan

- a) Pemberian bantuan Beasiswa Amanah (BSA)
- b) Pemberian Dana Sosial

Untuk program bantuan dana sosial ini dialokasikan untuk:

- (a) Pemberian santunan kepada fakir miskin.
- (b) Membantu membangun masjid dan musholla.
- (c) Santunan kepanti asuhan.
- (d) Membantu korban bencana alam dan bantuan sosial lainnya.

c) Pemberian Kredit *Qardul Hasan* (QH):

Kredit QH (Kredit tanpa bagi hasil) adalah kredit yang diberikan kepada kaum dhuafa yang memiliki “usaha dan mempunyai etos kerja” yang baik tetapi usahanya belum dapat mencukupi kebutuhan pokok.

d) Mengembangkan Akad *Wadi'ah Muqayyadah* (AWM).

AWM ini merupakan akad yang dimiliki pemilik barang dengan perjanjian diberikan keuntungan bagi orang yang dititipi dengan jumlah dan waktu yang ditentukan dengan awal akad. Dalam hal ini KSPPS MADE mengembangkan akad tersebut dengan pemberian kredit bergulir berbentuk hewan produktif kepada kaum dhuafa seperti kambing atau sapi.

e) Mengembangkan Akad *Mudharabah Muqayyadah* (AMM).

AMM merupakan akad yang dilakukan antara pemilik dalam hal ini BMT MADE dengan mudharib untuk usaha yang telah ditentukan pemiiik modal dimana keuntungan disepakati diawal untuk dibagi bersama dan kerugian ditanggung pemilik modal. Akad ini dikembangkan dalam rangka pengembangan dan memperbesar kas operasional.<sup>21</sup>

## **B. Temuan Penelitian**

### **1. Data Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada KSU BMT As-Salam**

Faktor yang menjadi kepercayaan masyarakat terhadap KSU BMT As-Salam dapat diperoleh berdasarkan hasil wawancara kepada Menejer pusat dan anggota KSU BMT As-Salam. Faktor tersebut yaitu menerima pengaruh, memberi informasi yang positif, kenyamanan dan kepuasan. Berikut ini adalah berbagai uraian yang menjelaskan tingkat kepercayaan masyarakat pada KSU BMT As-Salam:

#### **a. Menerima Pengaruh**

Menerima pengaruh dalam hal ini berarti terdapat pengaruh dari orang lain yang menjadikan seseorang mengikuti dan melakukan hal yang disampaikan. Berdasarkan hal tersebut menerima pengaruh yang dapat menjadikan seseorang percaya terhadap KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak dialami oleh Ibu Siti Aisyah sebagai anggota KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak, dalam wawancaranya Ibu Siti Aisyah menyampaikan sebagai berikut:

“Awalnya saya tahu dari Mbak Dewi tetangga saya yang kerja di sini. Saya pilih disini karena untuk angsuran bagi hasilnya nanti bisa saya titipkan ke Mbak Dewi. itu sangat membantu saya dan memudahkan saya. Jadi saya tidak harus repot-repot datang ke sini setiap bulannya. Untuk nanti saat pengembalian angsuran pokoknya saya kesini juga tidak jauh dari rumah saya. Saya ke sini palingan

---

<sup>21</sup> Data Profil KSPPS MADE Demak

cuma 10 menit dan lebih dekat daripada rumah saya ke kota”<sup>22</sup>

**b. Memberi Informasi Yang Positif**

Kepercayaan masyarakat terhadap KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak dapat dilihat dari penyampaian informasi yang positif. Hal ini dapat dilihat dari penyampaian yang diberikan oleh anggota ke lembaga, tidak semua yang disampaikan anggota memberi informasi positif melainkan sebaliknya, anggota menyampaikan apa yang mereka keluhkan. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan ibu Mukhayaroh sebagai berikut:

“Sebenarnya saya tidak begitu percaya sepenuhnya ke BMT As-Salam karena lokasinya yang di desa berbeda dengan lembaga keuangan yang lainnya, kalau BMT pada umumnya kan biasanya di kota-kota atau dipinggir jalan raya karena itu kadang saya mikir takut kalau uang simpanan saya dibawa kabur oleh pemilik BMT As-Salam ”.<sup>23</sup>

**c. Kenyamanan**

KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak memiliki komitmen dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat, hal ini terbukti dengan keterangan salah satu anggota KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak yaitu Ibu Intaqiyah dengan merasakan kenyamanan dalam pelayanan. Dalam wawancaranya Ibu Intaqiyah menyampaikan bahwa:

“Pelayanannya sejauh ini yang saya rasakan bagus dan juga cepat tidak perlu nunggu lama dan tidak perlu mengantri saya datang langsung dilayani dengan baik”.<sup>24</sup>

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh anggota KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak lainnya yaitu Ibu Siti Aisyah dengan merasakan pelayanan

---

<sup>22</sup> Siti Aisyah, wawancara oleh penulis, 9 Oktober, 2020, wawancara 3 KSU BMT As-Salam, transkrip.

<sup>23</sup> Mukhayaroh, wawancara oleh penulis, 8 Oktober, 2020, wawancara 4 KSU BMT As-Salam, transkrip.

<sup>24</sup> Intaqiyah, wawancara oleh penulis, 9 Oktober, 2020, wawancara 2 KSU BMT As-Salam, transkrip.

yang ramah dan cepat. Ibu Siti Aisyah menjelaskan sebagai berikut:

“Pelayanannya bagus. karyawan-karyawannya juga ramah. Pelayanannya bagus dan langsung dilayani dengan baik dan cepat dan juga mudah. jadi ngurusi berkasnya tidak lama. jadi tadi juga saya dijelaskan berapa angsurannya, berapa pokok dan bagi hasilnya Mbak”.<sup>25</sup>

**d. Kepuasan**

Kepuasan muncul dengan adanya rasa pelayanan yang sesuai dengan harapan. Anggota KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak dapat merasa puas sehingga mejadi salah satu faktor kepercayaan dalam bergabung dan menerima program yang ditawarkan oleh KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak. Kondisi ini dapat dilihat dari hasil wawancara terhadap anggota yang menyatakan bahwa:

“Saya puas dengan semua pelayanannya mbak. Kemarin waktu awal saya ke sini dilayani dengan baik dari karyawannya juga ramah dan sopan tempatnya juga bersih rapi jadi saya nyaman dan puas mbak”.<sup>26</sup>

Tidak berbeda dengan pernyataan Ibu Intaqiyah, pendapat yang sama disampaikan oleh anggota KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak yaitu Ibu Siti Aisyah dengan pernyataan berikut ini:

“Saya kemarin bilang untuk minta bantuan ke Mbak Dewi karyawannya sini. Kemudian berkas-berkasnya dibawa Mbak Dewi dan pas saat mengambil uangnya saya ditelepon terus ke sini mbak jadi mudah dan cepat. Saya butuh dana cepat langsung hari ini dapat”.<sup>27</sup>

Kedua pendapat tersebut dapat diperkuat dengan keterangan Ibu Mukhayaroh selaku anggota KSU BMT As-

---

<sup>25</sup> Siti Aisyah, wawancara oleh penulis, 9 Oktober, 2020, wawancara 3 KSU BMT As-Salam, transkrip.

<sup>26</sup> Intaqiyah, wawancara oleh penulis, 9 Oktober, 2020, wawancara 2 KSU BMT As-Salam, transkrip.

<sup>27</sup> Siti Aisyah, wawancara oleh penulis, 9 Oktober, 2020, wawancara 3 KSU BMT As-Salam, transkrip

Salam Mangunrejo Kebunagung Demak dengan pernyataan sebagai berikut:

“Semua pelayanannya saya ya sudah puas Mbak karena kantor nya juga bagus jadi nyaman untuk saya”.<sup>28</sup>

Faktor yang mampu mempengaruhi kepercayaan terhadap KSU BMT As-Salam diantaranya yaitu integritas, lokasi dan kontak pegawai. Berdasarkan hasil penelitian berikut ini adalah penjabaran setiap faktor yang mampu mempengaruhi kepercayaan terhadap KSU BMT As-Salam:

**a. Integritas**

Integritas muncul dengan adanya kesesuaian antara yang dikatakan dan dilakukan perusahaan yang menimbulkan kepercayaan dari orang lain. Sebagai lembaga keuangan yang telah lama berdiri KSU BMT As-Salam menerapkan integritas sebagai poin utama dalam menarik kepercayaan masyarakat dengan produk yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan keterangan Bapak Subekan dalam wawancaranya sebagai berikut:

“Jadi gini mbak, dalam KSU BMT As-Salam pertama itu selalu menjalin kekeluargaan dan menjaga kekeluargaan dengan sering silaturahmi dan memberi kemudahan-kemudahan dengan arti untuk menjalankan prosedur kita tetap mengedepankan niat untuk membantu masyarakat yang membutuhkan bantuan jasa dari BMT As-Salam dan kami mengedepankan pelayanan dari semua karyawan, karena saat ini kan banyak pesaing-pesaing lembaga keuangan yang lebih bagus. Kita juga harus bisa menerobos dalam pertumbuhan dan perkembangan BMT As-Salam. Salah satu hal terpenting yang membedakan BMT As-Salam dengan yang lainnya yaitu lokasi yang berada di desa. Kami BMT As-Salam memang menuju ke masyarakat di desa-desa”.<sup>29</sup>

Sedangkan menanggapi integritas yang diterapkan, anggota KSU BMT As-Salam menilai integritas dapat

---

<sup>28</sup> Mukhayaroh, wawancara oleh penulis, 8 Oktober, 2020, wawancara 4 KSU BMT As-Salam, transkrip.

<sup>29</sup> Subkhan, wawancara oleh penulis, 9 Oktober, 2020, wawancara 1 KSU BMT As-Salam, transkrip.

dilihat dari pelayanan yang memuaskan. Salah satu anggota KSU BMT As-Salam dalam hal ini Ibu Mukhayaroh menyampaikan sebagai berikut:

“Untuk pelayanannya menurut saya bagus dan juga cepat tidak perlu mengantri lama dan karyawannya juga ramah dan diarahkan dengan baik”.<sup>30</sup>

**b. Lokasi**

Lokasi merupakan bentuk lingkungan fisik yang mampu ditemui dan mejadi asset utama dalam berbagai kegiatan. Lembaga keuangan dalam hal ini KSU BMT As-Salam memilih lokasi yang tidak jauh dari pemukiman masyarakat. Berdasarkan observasi yang dilakukan KSU BMT As-Salam berlokasi tepat di tengah-tengah pemukiman warga. Hal ini memiliki alasan dalam kemudahan akses dan transaksi yang dilakukan. Menanggapi hal tersebut Manager KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak dalam wawancaranya menyampaikan sebagai berikut:

“Jadi, kemarin itu juga ditanyakan oleh pihak bank BRI Kenapa BMT As-salam itu berbeda dengan koperasi yang lain dan kenapa tidak membuka kantor di kota-kota. Saya jawab seperti ini untuk kaitannya kantor As-salam yang berada di desa-desa itu belajar dari apa yang dilakukan oleh BRI yaitu BRI masuk di setiap Kecamatan. dari situ Kami belajar dari BRI yang merakyat pada dasarnya tujuan utama dari BMT yaitu untuk membantu perekonomian umat menengah dan kecil kebawah. Untuk membantu masyarakat yang menengah ke bawah dari orang-orang desa. orang-orang desa yang perekonomiannya menengah ke bawah itu yang butuh dibantu dan kelebihan orang desa itu kalau punya pinjaman itu konsisten untuk mengembalikan. jadi banyak anggota sudah mengembalikan pinjaman sebelum jatuh tempo. Andaikan sudah sampai jatuh tempo dari pihak BMT datang kerumah anggota, anggota itu sendiri pasti sudah punya rasa sungkan. Maka dari itu kenapa kantor-kantor BMT As-salam banyak yang di desa karena itu memang sasaran utama dari awal kita

---

<sup>30</sup> Mukhayaroh, wawancara oleh penulis, 8 Oktober, 2020, wawancara 4 KSU BMT As-Salam, transkrip.

mendirikan BMT dengan membantu perekonomian kalangan kelas menengah ke bawah dengan pelayanan sama dengan pelayanan kelas atas”.<sup>31</sup>

Hal yang sama disampaikan oleh anggota manager KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak dalam menanggapi lokasi yang mudah ditemui dan menjadikan kepercayaan terhadap lembaga keuangan tersebut. Dalam wawancaranya Ibu Mukhayaroh menyampaikan sebagai berikut:

“Jadi gini Mbak. Rumah saya kan di desa jauh kalau harus ke kota, misalnya ke BRI. Kalau saya mau nabung harus ke sana jauh Mbak. Aslinya saya lebih percaya dan lebih yakin jika menyimpan dana saya di BRI karena ada ATM-nya. Tapi kalau ada ATM-nya saya juga nanti pasti gampang tak ambil di ATM. Maka dari itu saya simpan di BMT yang tidak gampang tak ambil. Soalnya kalau mau mengambil tabungan saya kan harus ke kantor. Awalnya saya tahu BMT As-salam dari tetangga-tetangga disini karena sudah banyak yang menyimpan dana juga di sana dan kantornya juga dekat kemudian katanya BMT As-salam sudah maju hampir di seluruh kecamatan Dempet ini dan cabangnya di mana-mana jadi saya ikut menjadi anggota di BMT As-salam”.<sup>32</sup>

### c. **Kontak Pegawai**

Kontak pegawai merupakan cara yang dilakukan oleh karyawan atau petugas dalam memberikan pelayanan kepada orang lain. Dalam hal ini KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak selalu menjalankan kontak baik dengan anggota maupun masyarakat di sekitar lokasi yang dijadikan tempat kegiatan dan operasional. Hal ini dapat dilihat dalam pernyataan Bapak Subekan sebagai berikut:

“Pertama kita sering silaturahmi, kemudian untuk pelayanan ketika anggota baru datang kita harus

---

<sup>31</sup> Subkhan, wawancara oleh penulis, 9 Oktober, 2020, wawancara 1 KSU BMT As-Salam, transkrip.

<sup>32</sup> Mukhayaroh, wawancara oleh penulis, 8 Oktober, 2020, wawancara 4 KSU BMT As-Salam, transkrip.

ramah dalam melayani. Terutama ketika BMT ada moment-moment kegiatan seperti istighosah atau acara santunan anak yatim dan kegiatan lainnya kita selalu melibatkan mereka dengan begitu hubungan antara anggota dan karyawan bisa terjalin dengan baik”.<sup>33</sup>

## **2. Data Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada KSPPS MADE Demak**

Kepercayaan diperoleh dan dibangun berdasarkan karakteristik seperti menerima pengaruh, terbuka dalam komunikasi, memberi informasi yang positif, kenyamanan dan kepuasan. Berikut ini adalah berbagai uraian yang menjelaskan tingkat kepercayaan masyarakat pada KSPPS MADE Demak:

### **a. Menerima Pengaruh**

Menerima pengaruh dapat dilihat dengan melakukan hal yang disampaikan atau direkomendasikan orang lain. Secara tidak langsung akan melakukan hal yang sama ataupun minim mengkaji lebih dalam sebelum mengambil keputusan. Hal ini dapat dilihat dari menerima pengaruh yang dilakukan oleh anggota KSPPS MADE Demak dalam memberikan kepercayaan terhadap KSPPS MADE Demak diantaranya Bapak Nur Iksan dalam wawancaranya menyampaikan:

“Awalnya, salah satu guru di Madrasah kami ada yang merekomendasikan KSPPS MADE untuk jadi tempat menyimpan tabungan anak-anak dan beliau juga sudah menjadi anggota lama di KSPPS MADE. Jadi kami memutuskan untuk menyimpan dana di KSPPS MADE”.<sup>34</sup>

### **b. Memberi Informasi Yang Positif**

Masyarakat dengan tingkat kepercayaan tinggi dapat didasarkan dari informasi positif yang disampaikan. Rapat anggota tahunan atau RAT yang dilakukan setiap tahun mengundang anggota untuk berpartisipasi dalam kegiatan. Hal ini untuk menyampaikan informasi dan keadaan KSPPS

---

<sup>33</sup> Subkhan, wawancara oleh penulis, 9 Oktober, 2020, wawancara 1 KSU BMT As-Salam, transkrip.

<sup>34</sup> Nur Iksan, wawancara oleh penulis, 12 Oktober, 2020, wawancara 2 KSPPS MADE, transkrip.

MADE Demak kepada anggota. Sehingga secara tidak langsung informasi positif akan menyebar dari masing-masing orang. Informasi ini dapat dilihat dari salah satu anggota KSPPS MADE Demak Ibu Muti'ah dalam wawancaranya menyebutkan:

“Iya mbak. Kebetulan saudara saya ada yang menjadi karyawan disini. Jadi itu yang membuat saya memilih KSPPS MADE daripada lembaga keuangan yang lainnya. Karena itu saya percaya sepenuhnya di KSPPS MADE ini dan saya juga sering ikut RAT di KSPPS MADE. Jadi sampai saat ini saya belum ada niatan untuk ke lembaga keuangan yang lain”.<sup>35</sup>

**c. Kenyamanan**

Masyarakat dengan nyaman akan memberikan kepercayaan. Hal ini dapat dilihat dari anggota KSPPS MADE Demak mendapatkan pelayanan dengan baik dan mampu menciptakan kenyamanan, sesuai dengan pernyataan Bapak Nur Iksan menyampaikan sebagai berikut:

“Sampe saat ini belum pernah memberikan kritikan ke BMT MADE Mbak. Karena selama ini saya jadi anggota di KSPPS MADE ya baik-baik saja dan selalu dilayani dengan baik”.<sup>36</sup>

Senada dengan pendapat Bapak Nur Iksan, anggota lain yaitu Ibu Umi Muti'ah menyampaikan kenyamanan menjadikan bertahan dan percaya dengan KSPPS MADE Demak dengan melakukan penyimpanan uang berkelanjutan.

“Ya untuk tempat menabung aja mbak. Saya sudah lama menyimpan dana saya di KSPPS MADE dan tidak menggunakan lembaga keuangan yang lain juga. Jadi ya cuma punya disini saja. Menurut saya untuk kekurangannya tidak ada mbak, karena saya sudah nyaman dengan KSPPS MADE sehingga saya sendiri sampe 11 tahunan jadi anggota”.<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup> Umi Muti'ah, wawancara oleh penulis, 12 Oktober, 2020, wawancara 3 KSPPS MADE, transkrip.

<sup>36</sup> Nur Iksan, wawancara oleh penulis, 12 Oktober, 2020, wawancara 2 KSPPS MADE, transkrip.

<sup>37</sup> Umi Muti'ah, wawancara oleh penulis, 12 Oktober, 2020, wawancara 3 KSPPS MADE, transkrip.

#### d. Kepuasan

Kepercayaan adalah suatu asas yang menyatakan bahwa usaha lembaga keuangan dilandasi oleh hubungan kepercayaan antara lembaga keuangan dengan anggotanya. KSPPS MADE Demak mendapatkan hal tersebut dengan menciptakan kepuasan dari pelayanan kepada masyarakat. Berdasarkan hal tersebut dalam wawancaranya Bapak Nur Iksan selaku anggota menyampaikan sebagai berikut:

“Menurut saya kelebihanya ya selama ini tidak ada masalah. dan saya juga dilayani dengan baik. Karena saya minta dibuatkan buku tabungan untuk anak-anak didik madrasah *Alhamdulillah* dibuatkan dan selama 4 tahun ini tabungan anak-anak dari KSPPS MADE. Jadi itu sangat memudahkan saya dan sangat membantu kami sebagai guru. Saya cukup puas dengan semua pelayanannya”.<sup>38</sup>

Menanggapi hal tersebut, dalam wawancaranya Firda menyampaikan hal yang sama yaitu:

“Untuk kelebihanya ya pelayananya baik kemudian proses pengajuan pembiayaannya tidak menunggu lama dan prosesnya juga lumayan cepat. Pelayananya cepat tidak perlu mengantri terlalu lama dan saya puas untuk semua pelayanannya”.<sup>39</sup>

Kepercayaan bermanfaat dalam membangun *relationship*, sekalipun menjadi pihak yang dipercaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan terhadap KSPPS MADE Demak diantaranya sebagai berikut:

#### a. Integritas

Integritas adalah adanya kesesuaian antara yang dikatakan dan dilakukan yang membuat masyarakat menjadi percaya. Hal ini dapat dilihat dari KSPPS MADE yang senantiasa berpegang teguh dengan integritas. Dalam wawancaranya menejer KSPPS MADE menyampaikan sebagai berikut:

---

<sup>38</sup> Nur Iksan, wawancara oleh penulis, 12 Oktober, 2020, wawancara 2 KSPPS MADE, transkrip.

<sup>39</sup> Firda, wawancara oleh penulis, 10 Oktober, 2020, wawancara 4 KSPPS MADE, transkrip.

“Yang menjadi ciri khas dari KSPPS MADE yaitu Untuk membantu masyarakat umum yang membutuhkan dana dan kelebihan dana yang dapat untuk mengefektifkan zakat, sedekah, infaq untuk kesejahteraan orang banyak”.<sup>40</sup>

Berdasarkan hal tersebut, anggota KSPPS MADE yaitu Firda menyapaikan bahwa KSPPS MADE yang berdiri telah lama menjadikan kepercayaan karena mampu berhanan sampai saat ini. Kondisi ini disampaikan berikut ini:

“Karena KSPPS MADE sudah berdiri lama dan juga sudah dikenal banyak orang di masyarakat”.<sup>41</sup>

#### **b. Lokasi**

Lingkungan fisik dapat diartikan sebagai lokasi atau tempat yang dapat dipercaya oleh masyarakat dalam menjalankan suatu kinerja. Letak lokasi yang nyata dan diketahui masyarakat umum dapat menambah citra positif dan kepercayaan karena masyarakat mengetahui jelas letak dan keadaan sekitar untuk menyerahkan kepercayaan secara penuh kepada pihak pengelola. Berdasarkan hal tersebut Bapak Rofiq selaku menejer KSPPS MADE menyampaikan sebagai berikut:

“Kita KSPPS MADE membuka cabang di setiap kecamatan dan untuk setiap marketing di kecamatan atau di kantor cabang tersebut masuk ke desa-desa misalnya kantor cabang Dempet itu marketingnya memasarkan produk-produk MADE ke desa-desa. jadi mayoritas untuk anggota peminjam itu dari masyarakat desa sedangkan untuk anggota penyimpan kebanyakan dari orang kota”.<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> Rofik, wawancara oleh penulis, 12 Oktober, 2020, wawancara 1 KSPPS MADE, transkrip.

<sup>41</sup> Firda, wawancara oleh penulis, 10 Oktober, 2020, wawancara 4 KSPPS MADE, transkrip.

<sup>42</sup> Rofik, wawancara oleh penulis, 12 Oktober, 2020, wawancara 1 KSPPS MADE, transkrip.

### c. Kontak Pegawai

Kepercayaan anggota harus selalu ditingkatkan karena terbukti mampu memberikan keuntungan jangka panjang bagi lembaga keuangan termasuk KSPPS MADE Demak. hal ini disampaikan oleh menejer KSPPS MADE Demak Bapak Rofiq dalam wawancaranya menyampaikan bahwa:

“Cara menjaga hubungan KSPPS MADE dengan anggota yaitu kita dengan menjaga silaturahmi dengan sistem kekeluargaan. Jika ada yang memberikan kritikan untuk KSPPS MADE dan kritikan itu bisa kita terima nanti kita akan mencari solusi yang terbaik untuk anggota. Tapi untuk selama ini saya belum pernah mendengar ada yang mengkritik. Jadi kemungkinan belum pernah ada kritikan untuk KSPPS MADE. Jika ada yang memberikan kritikan untuk KSPPS MADE dan kritikan itu bisa kita terima nanti kita akan mencari solusi yang terbaik untuk anggota. Tapi untuk selama ini saya belum pernah mendengar ada yang mengkritik. Jadi kemungkinan belum pernah ada kritikan untuk KSPPS MADE”.<sup>43</sup>

Menanggapi hal tersebut anggota KSPPS MADE Demak Bapak Nur Iksan menyampaikan sebagai berikut:

“Untuk pelayanannya bagus Mbak. Pegawainya ramah dan juga pelayanannya cepat”.<sup>44</sup>

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### 1. Pembahasan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada KSU BMT As-Salam

Kepercayaan muncul dengan berbagai karakteristik. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi menunjukkan terdapat karakteristik yang mampu menjadikan masyarakat ataupun anggota memiliki kepercayaan terhadap KSU BMT As-Salam diantaranya yaitu menerima pengaruh, terbuka dalam komunikasi, memberi informasi yang positif, kenyamanan dan kepuasan. Berikut ini adalah analisis dari masing-masing karakteristik tersebut:

---

<sup>43</sup> Rofiq, wawancara oleh penulis, 12 Oktober, 2020, wawancara 1 KSPPS MADE, transkrip.

<sup>44</sup> Nur Iksan, wawancara oleh penulis, 12 Oktober, 2020, wawancara 2 KSPPS MADE, transkrip.

### a. Menerima Pengaruh

Salah satu faktor yang menjadikan masyarakat memiliki kepercayaan terhadap KSU BMT As-Salam yaitu adanya pengaruh dari orang lain. Berdasarkan hasil wawancara salah satu anggota KSU BMT As-Salam yaitu Ibu Siti Aisyah mendapat pengaruh dari masyarakat sekitar yang menjadi karyawan di lembaga keuangan KSU BMT As-Salam dan secara tidak langsung menjadikan anggota dapat menitipkan uang untuk disimpan di KSU BMT As-Salam.

Sedangkan untuk transaksi yang dijalankan anggota hanya menitipkan uang untuk disetorkan di KSU BMT As-Salam kepada kerabat yang juga bekerja sebagai pegawai di lembaga keuangan tersebut, sehingga tidak perlu meluangkan waktu untuk datang langsung ke lokasi dan mengantri guna melakukan transaksi. Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa tentang kepercayaan dengan karakteristik menerima pengaruh. Teori tersebut menjelaskan bahwa Konsumen yang memiliki kepercayaan tinggi akan mudah dipengaruhi sehingga biaya perusahaan/pemasar untuk program pemasaran menjadi semakin murah.<sup>45</sup>

Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bahwa masyarakat memberikan kepercayaan kepada KSU BMT As-Salam dengan mendapatkan pengaruh dari orang lain dan mampu menerima produk yang ditawarkan oleh KSU BMT As-Salam.

### b. Memberi Informasi Yang Positif

Berdasarkan teori yang disampaikan oleh Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa menjelaskan bahwa salah satu tingkat kepercayaan dari masyarakat dapat diperoleh adanya informasi yang positif. Teori tersebut menjelaskan bahwa anggota yang percaya akan selalu memberikan informasi yang positif dan membangun bagi perusahaan.<sup>46</sup>

Hasil wawancara salah satu anggota BMT As-Salam yaitu ibu Mukhayaroh menyampaikan bahwa tidak percaya

---

<sup>45</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 77.

<sup>46</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 77.

sepenuhnya pada BMT As-salam, dengan alasan lokasi BMT As-Salam berbeda dengan BMT pada umumnya. Jika BMT pada umumnya berada pada kota-kota, BMT As-Salam berada di tengah desa. Hal tersebut menjadikan ibu Mukhayaroh tidak percaya dengan BMT As-Salam.

Berdasarkan hal tersebut terdapat ketidaksesuaian antara teori yang dijelaskan dalam buku Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa dengan hasil wawancara pada anggota BMT As-Salam. Yaitu terdapat anggota tidak percaya karena takut adanya penipuan dan tidak tanggungjawab dari BMT As-Salam. Oleh karena itu, anggota tidak memberikan informasi yang positif.

### c. Kenyamanan

Berdasarkan teori yang disampaikan oleh Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa menjelaskan bahwa salah satu tingkat kepercayaan dari masyarakat dapat diperoleh adanya kenyamanan. Teori tersebut menjelaskan bahwa anggota yang percaya akan melakukan pembelian secara berulang-ulang karena ia percaya bahwa perusahaan/pemasar memberikan kenyamanan untuk mengkonsumsi produk dalam jangka pendek ataupun jangka panjang.<sup>47</sup>

Berdasarkan teori tersebut sesuai dengan KSU BMT As-Salam berupaya memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat untuk menciptakan kenyamanan dan produk yang ditawarkan dapat diterima baik oleh masyarakat. Sejalan dengan prinsip tersebut salah satunya Ibu Siti Aisyah selaku anggota KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak dalam sesi wawancara yang menilai pelayanan yang diberikan oleh KSU BMT As-Salam memiliki citra baik dan cepat. Pendapat lain menjelaskan bahwa kenyamanan diperoleh karena keramahan karyawan dalam melayani dan proses pengurusan berkas dipermudah dan mendapatkan penjelasan dari setiap produk yang akan diambil oleh calon anggota KSU BMT As-Salam Demak. Sehingga masyarakat yang telah mengambil produk KSU BMT As-Salam akan

---

<sup>47</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 77.

mengambil produk kembali dengan alasan mendapat kenyamanan dalam proses dan transaksi yang dilakukan.

**d. Kepuasan**

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi kepuasan yang diterima oleh masyarakat, anggota BMT As-Salam Ibu Siti Aisyah, Ibu Mukhayaroh dan Ibu Intaqiyah menyebutkan kemudahan dalam pelayanan ataupun proses transaksi, dapat dilihat dari mudahnya pemberkasan dalam pengambilan pembiayaan yang dilakukan oleh anggota KSU BMT As-Salam. Hal ini berkaitan dengan teori kepercayaan oleh Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa yang menyebutkan bahwa konsumen yang percaya akan mudah merasakan kepuasan daripada konsumen yang tidak percaya. Kepuasan konsumen dapat diwujudkan oleh perusahaan dengan lebih mudah.<sup>48</sup>

Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan bahwa kepuasan dapat meningkatkan kepercayaan. Tingkat kepercayaan telah terbentuk berdasarkan pada kepuasan konsumen atau dalam lembaga keuangan hal ini adalah anggota terhadap KSU BMT As-Salam Demak.

Kepercayaan sangat bermanfaat dalam membangun *relationship*, sekalipun menjadi pihak yang dipercaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diantaranya sebagai berikut:

**a. Integritas (*Integrity*)**

Integritas adalah adanya kesesuaian antara yang dikatakan dan dilakukan perusahaan yang membuat konsumen menjadi percaya.<sup>49</sup> Menurut Toto Tasmara integritas dapat diartikan sebagai perwujudan dari kuat pendirian kejujuran, komitmen, dan tanggung jawab. Pribadi yang memiliki pendirian yang kuat akan memiliki sikap konsisten terhadap setiap hal, selain itu akan tertanam nilai keteguhan terhadap komitmen yang tidak akan rapuh meskipun dalam kondisi yang menekan. Sikap ini akan

---

<sup>48</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 77.

<sup>49</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 79.

menghadirkan integritas dan percaya diri dalam menjalankan setiap kegiatan maupun amanah yang diemban.<sup>50</sup>

Berdasarkan teori yang dipaparkan terdapat kesesuaian antara integritas yang diterapkan oleh KSU BMT As-Salam yaitu memiliki sikap konsisten terhadap pelayanan yang diberikan kepada masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari pengelolaan dana simpanan oleh masyarakat yang secara amanah dijaga oleh KSU BMT As-Salam. Selain itu tanggung jawab yang diberikan kepada masyarakat yaitu KSU BMT As-Salam mampu bersaing dengan mengedepankan pelayanan yang cepat dan memberi kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan tersebut. Hal ini disampaikan oleh manager KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak Bapak Subekan.

**b. Kontak pegawai (*Contact personnel*)**

Kontak pegawai merupakan orang yang menghubungkan perusahaan dengan konsumen. Kontak pegawai dinilai berdasarkan efektivitas individu dalam menyampaikan jasa, dalam hal ini adalah resepsionis, operator telepon, sekretaris, dan lain-lain.<sup>51</sup>

Manager KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak yaitu Bapak Subekan menyebutkan kontak pegawai yang berhasil dilakukan oleh KSU BMT As-Salam dengan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat yaitu adanya hubungan silaturahmi yang dilakukan KSU BMT As-Salam dengan melakukan kegiatan seperti istighosah dan santunan anak yatim yang melibatkan masyarakat. Sehingga dengan hubungan silaturahmi tersebut mampu menjadikan masyarakat memiliki kepercayaan terhadap KSU BMT As-Salam. Hal ini juga sesuai dengan definisi kontak pegawai yang disampaikan oleh Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa yang menjelaskan bahwa kontak pegawai memiliki hubungan antara satu pihak dengan pihak lainnya dalam hal ini antara KSU BMT As-

---

<sup>50</sup> Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2002), 88.

<sup>51</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 79.

Salam dengan masyarakat berdasarkan efektivitas individu dalam menyampaikan produk atau jasa yang ditawarkan.

**c. Lokasi**

Lingkungan fisik merupakan suatu keadaan sekitar dan kondisi tempat seseorang berada.<sup>52</sup> Hal ini lingkungan fisik dapat diartikan sebagai lokasi atau tempat yang dapat dipercaya oleh masyarakat dalam menjalankan suatu kinerja. Berbeda dengan lembaga keuangan pada umumnya yang berlokasi di pusat kota, KSU BMT As-Salam memiliki kantor cabang ataupun kantor pusat berada di pemukiman masyarakat. Hal ini dilakukan dengan tujuan utama untuk membantu perekonomian umat menengah dan kecil kebawah dengan akses yang mudah dijumpai.

Selain itu berlokasi diantara perumahan masyarakat menjadikan masyarakat memiliki kepercayaan tersendiri karena dapat memantau perkembangan dan transaksi yang dilakukan oleh KSU BMT As-Salam. Manager KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak yaitu Bapak Subekan menyebutkan ketertarikan masyarakat terhadap KSU BMT As-Salam karena kantor dapat dijumpai hampir di seluruh kecamatan Dempet Demak, hal ini berdasarkan penuturan salah satu nasabah yang telah menyimpan uang di KSU BMT As-Salam dan tertarik karena masyarakat di sekeliling melakukan hal yang sama yaitu menggunakan produk yang ditawarkan oleh KSU BMT As-Salam dengan alasan lokasi dekat dengan pemukiman masyarakat.

Berikut ini adalah lokasi kantor pusat dan kantor cabang KSU BMT As-Salam:

Kantor Pusat : Mangunrejo RT. 01/01  
Kebonagung Demak

Alamat Kantor Cabang :

Cab. Mangunrejo : Mangunrejo RT.01/01Kebonagung  
Demak

Cab. Kramat : Kramat RT. 04/01 Dempet Demak

Cab. Sarimulyo : Sarimulyo RT. 10/01 Kebonagung  
Demak

Cab. Sambung : Sambung RT. 02/04 Godong  
Grobogan

---

<sup>52</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 79.

Cab. Baleromo	: Baleromo RT. 05/05 Dempet Demak
Cab. Babad	: Babad RT. 02/03 Kebonagung Demak

## 2. Pembahasan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada KSPPS MADE

Kepercayaan konsumen atau hal ini kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan KSPPS Made dibangun atas sejumlah karakteristik. Berbagai karakteristik yang berkenaan dengan kepercayaan adalah sebagai berikut:

### 1) Menerima pengaruh

Konsumen yang memiliki kepercayaan tinggi akan mudah dipengaruhi sehingga biaya perusahaan/pemasar untuk program pemasaran menjadi semakin murah.<sup>53</sup> Berdasarkan hal tersebut masyarakat yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap KSPPS Made akan dengan mudah dipengaruhi sehingga mampu menerima produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh KSPPS Made.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa dalam mengambil keputusan masyarakat atau anggota KSPPS Made tanpa berpikir panjang mengambil produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan alasan terdapat pengaruh dari berbagai pihak, salah satunya adanya rekomendasi dari kerabat terdekat yang sudah lama tergabung menjadi anggota untuk melakukan penyimpanan atau pembiayaan yang ditawarkan oleh KSPPS Made. Hal ini disampaikan oleh Bapak Nur Iksan salah satu anggota KSPPS MADE Demak.

### 2) Memberi informasi yang positif

Konsumen yang percaya akan selalu memberikan informasi yang positif dan membangun bagi perusahaan.<sup>54</sup> Dalam bukunya Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa bahwa informasi yang disampaikan dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan dan kemajuan KSPPS MADE Demak.

---

<sup>53</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 77.

<sup>54</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 77.

Dalam hal ini lembaga keuangan memberikan informasi mengenai upaya yang dilakukan yaitu mengikutsertakan anggota dalam rapat anggota tahunan atau RAT dengan pembahasan keuangan dan keadaan perkembangan KSPPS Made. Sehingga menurut Ibu Umi Muti'ah anggota KSPPS MADE Demak mampu menjadikan anggota berpartisipasi dalam memberikan masukan untuk kemajuan lembaga keuangan KSPPS Made.

### 3) **Kenyamanan**

Konsumen yang percaya akan melakukan pembelian secara berulang-ulang karena ia percaya bahwa perusahaan/pemasar memberikan kenyamanan untuk mengkonsumsi produk dalam jangka pendek ataupun jangka panjang.<sup>55</sup> Sesuai dengan teori tersebut kepercayaan adalah suatu asas yang menyatakan bahwa usaha lembaga keuangan dilandasi oleh hubungan kepercayaan antara lembaga keuangan dengan nasabahnya.

Bapak Nur Iksan anggota KSPPS MADE Demak menyampaikan bahwa KSPPS Made Demak mendapatkan pelayanan yang terbaik selama melakukan transaksi di kantor MADE. Hal tersebut juga disampaikan oleh Ibu Umi Muti'ah yang sudah nyaman dengan KSPPS MADE hingga sudah menjadi anggota selama 11 tahun. Hal tersebut dapat menciptakan kepuasan pelayanan kepada masyarakat.

### 4) **Kepuasan**

Konsumen yang percaya akan mudah merasakan kepuasan daripada konsumen yang tidak percaya. Kepuasan konsumen dapat diwujudkan oleh perusahaan dengan lebih mudah.<sup>56</sup> Berdasarkan hal tersebut KSPPS Made mendapatkan kepuasan dari anggota berdasarkan pelayanan yang diberikan, hal ini dapat dilihat dari salah satu anggota yang masih menggunakan produk simpanan umat selama 4 tahun yang digunakan oleh lembaga pendidikan yaitu Bapak Nur Iksan selaku anggota yang menyampaikan pendapatnya dalam sesi wawancara. Selain itu terdapat kelebihan yang dimiliki oleh KSPPS Made yaitu pengajuan pembiayaan

---

<sup>55</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 77.

<sup>56</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 77.

yang tidak menunggu waktu lama dan proses tergolong cepat sehingga menjadikan kepuasan tersendiri bagi anggota dalam menerima dan menggunakan produk yang ditawarkan oleh KSPPS Made.

Kepercayaan sangat bermanfaat dalam membangun *relationship*, sekalipun menjadi pihak yang dipercaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan terhadap KSPPS Made diantaranya sebagai berikut:

**1) Integritas (*Integrity*)**

Integritas adalah adanya kesesuaian antara yang dikatakan dan dilakukan perusahaan yang membuat konsumen menjadi percaya.<sup>57</sup> Menurut Toto Tasmara integritas dapat diartikan sebagai perwujudan dari kuat pendirian kejujuran, komitmen, dan tanggung jawab. Pribadi yang memiliki pendirian yang kuat akan memiliki sikap konsisten terhadap setiap hal, selain itu akan tertanam nilai keteguhan terhadap komitmen yang tidak akan rapuh meskipun dalam kondisi yang menekan. Sikap ini akan menghadirkan integritas dan percaya diri dalam menjalankan setiap kegiatan maupun amanah yang diemban.<sup>58</sup>

Wujud integritas yang dilakukan oleh KSPPS Made Demak sehingga menciptakan kepercayaan dari anggota ataupun masyarakat yaitu adanya kejujuran, komitmen dan tanggung jawab dalam pengelolaan dana dari masyarakat. Selain itu KSPPS Made konsisten terhadap produk yang ditawarkan yang memberikan kemudahan bagi masyarakat terlebih dalam pengelolaan dana zakat, infaq dan shodaqoh untuk kesejahteraan pihak yang membutuhkan. Hal ini disampaikan oleh Bapak Rofik Sururi menejer KSPPS MADE Demak.

**2) Kontak pegawai (*Contact personnel*)**

Kontak pegawai merupakan orang yang menghubungkan perusahaan dengan konsumen. Kontak pegawai dinilai berdasarkan efektivitas individu dalam

---

<sup>57</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 79.

<sup>58</sup> Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2002), 88.

menyampaikan jasa, dalam hal ini adalah resepsionis, operator telepon, sekretaris, dan lain-lain.<sup>59</sup> Sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa bahwa kontak pegawai dapat menciptakan kepercayaan terhadap masyarakat pada suatu lembaga tertentu dalam hal ini KSPPS Made mendapat kepercayaan dari masyarakat berdasarkan bentuk kekeluargaan yang diterapkan.

Bapak Nur Iksan selaku anggota KSPPS MADE Demak menyebutkan kontak pegawai juga dapat ditemukan ketika pegawai ataupun karyawan memperlakukan anggota masyarakat dengan sebaik mungkin dan melayani dengan rasa kekeluargaan. Hal ini juga disampaikan oleh manajer KSPPS Made yang menjunjung tinggi KSPPS Made dengan pelayanan dan kontak pegawai terhadap masyarakat.

### 3) Lokasi

Lingkungan fisik merupakan “the external surrounding and conditions in which something exists” atau suatu keadaan sekitar dan kondisi tempat seseorang berada.<sup>60</sup> Hal ini lingkungan fisik dapat diartikan sebagai lokasi atau tempat yang dapat dipercaya oleh masyarakat dalam menjalankan suatu kinerja. Menurut Bapak Rofik Sururi selaku menejer KSPPS MADE Demak dalam sesi wawancara. KSPPS Made memiliki cabang di beberapa kecamatan dan memiliki pegawai marketing di masing-masing kantor cabang yang bertugas mempermudah transaksi dengan mengunjungi desa tertentu dan memasarkan produk kepada masyarakat desa. Sedangkan untuk penyimpanan dilakukan mayoritas masyarakat perkotaan. Sehingga dalam hal ini lokasi KSPPS Made yang berada di pusat kota dan kantor cabang yang berada di beberapa kecamatan dapat dengan mudah dijumpai karena lokasi strategis.

---

<sup>59</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 79.

<sup>60</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 79.

Berdasarkan hal tersebut KSPPS Made mengutamakan lokasi yang strategis dan mudah diakses oleh masyarakat diantaranya yaitu sebagai berikut:

Kantor Pusat : Jl. Pemuda No.101, Petengan Selatan, Bintoro, Kec. Demak, Kab. Demak

Cabang I : Jl. Raya Karanganyar No. 29 Karanganyar Demak

Cabang II : Jl. Demak-Purwodadi Wonosalam Demak

Cabang III : Jl. Demak-Kudus KM. 18 Gajah Demak

Cabang IV : Jl. Purwodadi-Demak Tepatnya di Dempet

Cabang V : Jl. Purwodadi-Demak Tepatnya di Guntur

Cabang VI :Jl.Ploso-Wonosalam Demak tepatnya di Pasar Wonosalam.

### **3. Komparasi Tingkat Kepercayaan Masyarakat pada KSU BMT As-Salam dan KSPPS MADE Demak.**

Berbagai analisis komparasi berkenaan dengan kepercayaan masyarakat pada KSU BMT As-Salam dan KSPPS MADE adalah sebagai berikut:

#### **a. Menerima pengaruh**

Anggota yang memiliki kepercayaan tinggi akan mudah dipengaruhi sehingga biaya perusahaan/pemasar untuk program pemasaran menjadi semakin murah.<sup>61</sup> Berdasarkan hasil wawancara Ibu Siti Aisyah salah satu anggota KSU BMT As-Salam mendapat pengaruh dari masyarakat sekitar yang menjadi karyawan di lembaga keuangan KSU BMT As-Salam dan secara tidak langsung menjadikan anggota tersebut menitipkan uang untuk disimpan di KSU BMT As-Salam.

Sedangkan pada KSPPS Made masyarakat yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap KSPPS Made akan dengan mudah dipengaruhi sehingga mampu menerima produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh KSPPS Made. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa dalam mengambil keputusan masyarakat atau anggota KSPPS Made tanpa berpikir panjang mengambil produk atau jasa yang ditawarkan dengan alasan terdapat pengaruh dari berbagai pihak salah satunya adanya

---

<sup>61</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 77.

rekomendasi dari teman kerabat terdekat untuk melakukan penyimpanan atau pembiayaan yang ditawarkan oleh KSPPS Made seperti dalam hasil wawancara yang disampaikan Bapak Nur Iksan sebagai anggota.

**b. Memberi informasi positif**

Anggota BMT yang percaya akan selalu memberikan informasi yang positif dan membangun bagi perusahaan.<sup>62</sup> Kepercayaan masyarakat terhadap KSU BMT As-Salam Mangunrejo Kebunagung Demak. Dapat dilihat dari hasil wawancara salah satu anggota BMT As-Salam yaitu Ibu Mukhayaroh, dalam menyampaikan pendapatnya bahwa ia tidak percaya sepenuhnya pada BMT As-salam. Dengan alasan lokasi BMT As-Salam berbeda dengan BMT pada umumnya, Jika BMT pada umumnya berada pada kota-kota, BMT As-Salam berada di tengah-tengah desa. Hal tersebut menjadikan ibu Mukhayaroh tidak percaya dengan BMT As-Salam.

Berbeda pada KSPPS Made yaitu anggota memberikan informasi yang dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan dan kemajuan KSPPS MADE Demak. Hal tersebut disampaikan Ibu Umi Muti'ah yaitu KSPPS Made memberikan informasi mengenai upaya mengikutsertakan anggota dalam rapat anggota tahunan atau RAT dengan pembahasan keuangan dan keadaan perkembangan KSPPS Made. Sehingga mampu menjadikan anggota berpartisipasi dalam memberikan masukan untuk kemajuan lembaga keuangan KSPPS Made.

**c. Kenyamanan**

Anggota yang percaya akan melakukan pembelian secara berulang-ulang karena ia percaya bahwa perusahaan/pemasar memberikan kenyamanan untuk mengkonsumsi produk dalam jangka pendek ataupun jangka panjang.<sup>63</sup> KSU BMT As-Salam berupaya memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat untuk menciptakan kenyamanan dan produk yang ditawarkan dapat diterima baik oleh masyarakat. Sejalan dengan prinsip

---

<sup>62</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 77.

<sup>63</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 77.

tersebut Ibu Intaqiyah dan Ibu Siti Aisyah menilai pelayanan yang diberikan oleh KSU BMT As-Salam memiliki citra baik dan cepat. Pendapat lain menjelaskan bahwa kenyamanan diperoleh karena keramahan karyawan dalam melayani dan proses pengurusan berkas dipermudah dan mendapatkan penjelasan dari setiap produk yang akan diambil oleh calon anggota KSU BMT As-Salam Demak.

Sesuai dengan teori tersebut kepercayaan adalah suatu asas yang menyatakan bahwa usaha lembaga keuangan dilandasi oleh hubungan kepercayaan antara lembaga keuangan dengan nasabahnya. KSPPS Made Demak mendapatkan hal tersebut dengan menciptakan kepuasan dari pelayanan kepada masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh anggota Ibu Umi Muti'ah.

#### **d. Kepuasan**

Anggota yang percaya akan mudah merasakan kepuasan daripada konsumen yang tidak percaya. Kepuasan konsumen dapat diwujudkan oleh perusahaan dengan lebih mudah.<sup>64</sup> Berdasarkan hasil wawancara anggota dan observasi kepuasan yang diterima oleh masyarakat dalam hal ini anggota KSU BMT As-Salam karena pelayanan yang baik dan cepat. Kemudahan dalam pelayanan ataupun proses transaksi dapat dilihat dari mudahnya pemberkasan dalam pengambilan pembiayaan yang dilakukan oleh anggota KSU BMT As-Salam.

Berdasarkan hal tersebut KSPPS Made mendapatkan kepuasan dari anggota berdasarkan pelayanan yang diberikan, hal ini dapat dilihat dari salah satu anggota yang masih menggunakan produk simpanan umat selama 4 tahun yang digunakan oleh lembaga pendidikan. Selain itu terdapat kelebihan yang dimiliki oleh KSPPS Made yaitu pengajuan pembiayaan yang tidak menunggu waktu lama dan proses tergolong cepat sehingga menjadikan kepuasan tersendiri bagi anggota dalam menerima dan menggunakan produk yang ditawarkan oleh KSPPS Made.

Kepercayaan sangat bermanfaat dalam membangun *relationship*, sekalipun menjadi pihak yang dipercaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama. Faktor-faktor yang

---

<sup>64</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 77.

mempengaruhi kepercayaan terhadap KSU BMT As-Salam dan KSPPS Made diantaranya sebagai berikut:

**a. Integritas (*Integrity*)**

Integritas lembaga keuangan disampaikan oleh masing-masing manager BMT As-Salam dan KSPPS Made. Integritas adalah adanya kesesuaian antara yang dikatakan dan dilakukan perusahaan yang membuat konsumen menjadi percaya.<sup>65</sup> Integritas yang diterapkan oleh KSU BMT As-Salam yaitu memiliki sikap konsisten terhadap pelayanan yang diberikan kepada masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari pengelolaan dana simpanan oleh masyarakat yang secara amanah dijaga oleh KSU BMT As-Salam.

Sedangkan wujud integritas yang dilakukan oleh KSPPS Made Demak sehingga menciptakan kepercayaan dari anggota ataupun masyarakat yaitu adanya kejujuran, komitmen dan tanggung jawab dalam pengelolaan dana dari masyarakat. Selain itu KSPPS Made konsisten terhadap produk yang ditawarkan yang memberikan kemudahan bagi masyarakat terlebih dalam pengelolaan dana zakat, infaq dan shodaqoh untuk kesejahteraan pihak yang membutuhkan.

**b. Kontak pegawai (*Contact personnel*)**

Kontak pegawai merupakan orang yang menghubungkan perusahaan dengan anggota. Kontak pegawai dinilai berdasarkan efektivitas individu dalam menyampaikan jasa, dalam hal ini adalah resepsionis, operator telepon, sekretaris, dan lain-lain.<sup>66</sup> Kontak pegawai yang berhasil dilakukan oleh KSU BMT As-Salam dengan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat yaitu adanya hubungan silaturahmi yang dilakukan KSU BMT As-Salam dengan melakukan kegiatan seperti istighosah dan santunan anak yatim yang melibatkan masyarakat.

Sedangkan KSPPS Made mendapat kepercayaan dari masyarakat berdasarkan bentuk kekeluargaan yang diterapkan. Kontak pegawai juga dapat ditemukan ketika pegawai ataupun karyawan memperlakukan masyarakat dengan sebaik mungkin dan melayani dengan rasa

---

<sup>65</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 79.

<sup>66</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 79.

kekeluargaan. Hal ini disampaikan oleh manajer KSPPS Made yang menjunjung tinggi KSPPS Made dengan pelayanan dan kontak pegawai terhadap masyarakat.

### c. Lokasi

Lingkungan fisik merupakan “the external surrounding and conditions in which something exists” atau suatu keadaan sekitar dan kondisi tempat seseorang berada.<sup>67</sup> Hal ini lingkungan fisik dapat diartikan sebagai lokasi atau tempat yang dapat dipercaya oleh masyarakat dalam menjalankan suatu kinerja. Berbeda dengan lembaga keuangan pada umumnya yang berlokasi di pusat kota, KSU BMT As-Salam memiliki kantor cabang ataupun kantor pusat berada di pemukiman masyarakat. Hal ini dilakukan dengan tujuan utama untuk membantu perekonomian umat menengah dan kecil kebawah dengan akses yang mudah dijumpai.

Sedangkan KSPPS Made memiliki cabang di beberapa kecamatan dan memiliki pegawai marketing di masing-masing kantor cabang yang bertugas mempermudah transaksi dengan mengunjungi desa tertentu dan memasarkan produk kepada masyarakat desa. Sedangkan untuk penyimpanan dilakukan mayoritas masyarakat perkotaan. Sehingga dalam hal ini lokasi KSPPS Made yang berada di pusat kota dan kantor cabang yang berada di beberapa kecamatan dapat dengan mudah dijumpai karena lokasi strategis.

---

<sup>67</sup> Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), 79.