

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah berdirinya BMT Muamalat

Setiap orang pasti saling membutuhkan antar sesama manusia apapun itu, manusia tidak dapat hidup sendiri tanpa bantuan orang lain. Khususnya dalam bidang keuangan, orang yang dianugerahi dengan harta yang berlimpah harus memiliki banyak dana atau uang, sehingga orang membutuhkan sebuah lembaga keuangan untuk menitipkan dana atau uang tersebut agar aman. Dalam sebuah lembaga keuangan tentu saja ada orang-orang yang bekerja untuk menjaga uang tersebut agar aman. Begitulah salah satu contoh manusia saling membutuhkan antar sesama.

Setiap tahun perkembangan lembaga keuangan syariah bisa sangat cepat, banyak bermunculan lembaga-lembaga yang bernaungkan syariah terutama untuk koperasi-koperasi syariah. Di wilayah Limpung Batang sendiri terdapat kurang lebih ada 7 koperasi yang perkembangannya sangat pesat dan sangat diminati oleh nasabah, karena mayoritas penduduknya beragama muslim sehingga tidak sulit untuk berbaur dengan masyarakat umum dan orang tertarik pada produk yang ditawarkan oleh pegawai-pegawainya. Salah satu koperasi yang berkembang pesat dari dulu sampai sekarang yaitu KJKS BMT MUAMALAT LIMPUNG BATANG. Sebuah koperasi yang berbeda dari yang lainnya, mengapa berbeda karena koperasi dengan nama BMT (Baitul Maal Wa Tamwil) mempunyai program yang berbeda dan yang menjadikan ciri khas dari yang lainnya yaitu setiap bulannya memberikan santunan kepada anak-anak yatim dan para dhuafa. Uang yang digunakan untuk menyantuni berasal dari masyarakat dan pendapatan dari BMT Muamalat.

BMT Muamalat menyediakan kotak amal yang diletakkan di rumah-rumah makan dan tempat yang sering dikunjungi banyak orang, dan kemudian setiap bulannya uang yang berada di kotak amal tersebut

diambil oleh petugas untuk dikumpulkan menjadi satu dan disumbangkan sesuai daftar anak yatim dan dhuafa yang mendapatkan, kira-kira jumlahnya sekitar 200 an lebih. Kegiatan tersebut diberi nama dengan GERAKAN CINTA ANAK YATIM INDONESIA. Yang bertujuan untuk membantu sesama yang membutuhkan dan menjadikan BMT Muamalat lebih berkah dan lebih dipercaya oleh masyarakat.

BMT Muamalat berdiri pada tanggal 02 juni 2003. Pada awalnya BMT Muamalat adalah sebuah Koperasi Serba Usaha (KSU) Al Izzah. Karena situasi dan kondisi keuangan pada saat itu tidak memungkinkan untuk melanjutkan usaha dari KSU Al Izzah, terjadi merger (penggabungan) dengan BMT Muamalat yang ada di terminal Banyuputih. BMT Muamalat sendiri pada awalnya berada di kecamatan Gringsing Batang dengan usahanya yaitu Simpan Pinjam dan penjualan madu. Kegiatan BMT Muamalat dimulai pada tanggal 09 Oktober 2004 yang berbadan hukum dengan nomer BH.000.08/097/BH/X/2004, SIUP 519/251-370/2015, TDP 112126400136 dan surat izin usaha simpan pinjam 2/SISPK/X/2016. Sejak dilakukannya merger keadaan BMT Muamalat setiap tahunnya semakin maju dan berkembang dan dikenal oleh masyarakat. Dan sampai sekarang BMT Muamalat mempunyai 3 (tiga) kantor cabang untuk melayani nasabah:

1. Kantor pusat yang berada di komplek terminal Limpung No.a-3 Limpung Telepon (0285) 4468 663
2. Kantor cabang 1 (satu) yang berada di komplek terminal Banyuputih No.11 Banyuputih Telepon (0285) 666 853
3. Kantor cabang 2 (dua) yang berada di Jl. Raya Tersono Limpung No.3 Tersono Telepon 081 2288 0255

Hingga saat ini, nasabah BMT Muamalat tersebar di berbagai wilayah seperti Gringsing, Banyuputih, Subah, Bawang, Limpung, Tersono, dan Weleri. Sebagai salah satu Lembaga Keuangan Syariah, BMT Muamalat merasa bertanggung jawab untuk menumbuhkan partisipasi masyarakat di bidang sosial, ekonomi,

budaya, lingkungan, teknologi, dan informasi, serta memberdayakan dan memajukan perekonomian rakyat yang dilandasi semangat kerjasama dan dijiwai sifat profesionalisme dengan berpegang teguh pada prinsip kejujuran, kebenaran, keadilan, dan tanggung jawab.¹

Berdasarkan Undang-Undang Dasar 1945 dan Pancasila, sistem perekonomian yang berlaku di Indonesia adalah sistem ekonomi yang mengutamakan pada kegiatan ekonomi yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan rakyat pada umumnya dan dilakukan oleh rakyat banyak (sistem ekonomi kerakyatan). Sistem ekonomi kerakyatan ini adalah merupakan cita-cita yang harus diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari oleh segenap warga dan Negara Indonesia. BMT Muamalat turut serta dalam upaya menggalang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yang menjadi tempat lahir yang sangat berarti di tengah keadaan darurat bagi ratusan bahkan banyak orang yang berpenghasilan rendah agar tidak terjerumus ke dalam kemiskinan atau menjadi sangat miskin. Sebagai sebuah lembaga yang menjalankan pola syariah, seluruh aktifitas BMT Muamalat umumnya mengarah pada upaya untuk pemberdayaan ekonomi rakyat yang memiliki kualitas atau ciri khasnya tersendiri.

BMT Muamalat berawal dari kepedulian sebagai ciri umat islam yang akan berusaha untuk berusaha mengambil bagian dalam meringankan kebutuhan dan menggerakkan perekonomian umat. Berawal dari pemikiran tersebut, beberapa orang yang peduli dengan pemberdayaan dan peningkatan kualitas umat menjadi penggegas, yaitu penggegas berdirinya sebuah lembaga keuangan syariah yang operasionalnya berdasarkan prinsip syariah pada pertengahan tahun 2004.²

2. Visi dan Misi BMT Muamalat

Setiap lembaga keuangan pasti memiliki visi sebagai acuan agar menjadi lebih berkembang lagi dan diterapkan melalui misi dari lembaga tersebut, termasuk

¹ Observasi, BMT Muamalat Limpung Batang, 26 Februari 2022

² Observasi, BMT Muamalat Limpung Batang, 26 Februari 2022

oleh BMT Muamalat yang merupakan lembaga keuangan syariah dengan visi dan misi BMT Muamalat yaitu sebagai berikut:

- 1) BMT Muamalat mempunyai Visi adalah:
 - a. Menjadi lembaga keuangan yang terbaik dan terpercaya.
 - b. Mewujudkan kekuatan ekonomi islam melalui kesabaran bertransaksi secara syariah.
- 2) BMT Muamalat mempunyai Misi adalah:
 - a. Mengembangkan kualitas ekonomi umat dengan mengedepankan profesionalisme.
 - b. Membangun sistem ekonomi yang adil, sehat dan bersih sesuai syariah islam.
- 3) BMT Muamalat mempunyai Falsafah adalah:
 - a. Kerja untuk ibadah
 - b. Kerja untuk dakwah
 - c. Kerja untuk ukhuwah
 - d. Kerja untuk Ma'isah
- 4) BMT Muamalat mempunyai Budaya Kerja yaitu:
 - a. Kerja keras
 - b. Kerja cerdas
 - c. Kerja ikhlas
 - d. Kerja tuntas
- 5) BMT Muamalat mempunyai Motto yaitu: Memberi solusi dengan syariah

3. Keyakinan Dasar BMT Muamalat

Pencapaian misi ini berlandaskan dari keyakinan dasar yang ada pada seluruh personil yaitu:

- a. Shidiq (jujur)
- b. Istiqomah (tekun)
- c. Fastabiqul Khairat
- d. Amanah (dapat dipercaya)
- e. Ta'awun (kerjasama)

4. Nilai Dasar BMT Muamalat

Pencapaian misi ini juga berlandaskan nilai-nilai perusahaan yaitu:

- a. Fokus pada nasabah, yaitu memenuhi kebutuhan jasa keuangan dengan pelayanan yang memuaskan.

- b. Integritas, yaitu menjunjung tinggi standar etika, moral dan hukum dalam berhubungan dengan para anggota (nasabah), karyawan, pengurus dan ummat.
- c. Pengakuan individu, yaitu mengakui usaha prestasi karyawan dalam pengembangan karier untuk memenuhi kebutuhan individu maupun perusahaan.
- d. Sinergi, yaitu memacu kerjasama tim untuk mencapai hasil terbaik bagi individu dan perusahaan.
- e. Kreativitas, yaitu memelihara iklim kerja yang dapat menciptakan gagasan-gagasan baru untuk pengembangan individu dan perusahaan.

5. Manfaat yang dikehendaki BMT Muamalat

- 1. Manfaat Sosial
 - a. tercipta solidaritas kerja sama antara anggota atau nasabah BMT Muamalat sehingga terbentuk komunikasi ekonomi yang lebih produktif.
- 2. Manfaat Ekonomis
 - a. Terwujudnya lembaga keuangan yang bisa membiayai usaha-usaha di sektor kecil dan menengah.
 - b. Menumbuhkan usaha-usaha yang dapat memberikan nilai lebih, sehingga meningkatkan kemampuan ekonomi umat islam.
 - c. Meningkatkan kepemilikan aset ekonomi bagi masyarakat islam.

Sasaran yang hendak dicapai BMT Muamalat adalah:

- a) Sasaran untuk penyaluran dana, yaitu: Usaha-usaha kecil dan menengah dengan ketentuan asset antara Rp. 500.000 sampai dengan Rp. 60.000.000 yang berpeluang menumbuhkan lapangan pekerjaan. Sektor usaha yang dibiayai meliputi: perdagangan, industri, kerajinan dan jasa.
- b) Sasaran untuk penghimpunan dana, yaitu: individu atau perorangan, pedagang, lembaga swasta, instansi pemerintahan, dan seluruh orang yang mempunyai dana.

3. Manajemen dan Personalia

BMT Muamalat dikelola dengan manajemen profesional, yaitu dikelola secara sistematis, baik dalam pengambilan keputusan maupun operasional. Pola pengambilan keputusan manajemen lebih dirumuskan dalam ketentuan yang baku dalam sistem dan prosedur, demikian pula dalam operasionalnya yang meliputi penghimpunan dana (*funding*), penyaluran dana (*landing*) dan pembukuan.

Operasional BMT Muamalat didukung dengan sistem komputerisasi, baik dalam sistem akuntansi, penyimpanan dana penyaluran pembiayaan. Hal ini memberikan kemungkinan untuk memberikan pelayanan yang lebih profesional dan akurat. Sistem ini telah dilakukan diseluruh kantor pelayanan BMT Muamalat. Selain itu sistem komputerisasi ini semakin meningkatkan performa, kecepatan dan ketelitian dalam penyajian data kepada mitra atau nasabah.

4. Legalitas BMT Muamalat Limpung

Dalam operasionalnya BMT Muamalat adalah koperasi serba usaha (KSU) syariah “Mitra Muamalat” yang berbadan Hukum Nomer: 000.08/097/BH/X/2004 tertanggal 9 Oktober 2004 yang disahkan oleh Menteri Koperasi dan Pengusaha Kecil Menengah Republik Indonesia. Dengan Pokok Usaha Koperasi Simpan Pinjam dengan sistem syariah. Dan untuk menambah kekuatan Legalitas, juga sudah mempunyai Tanda Daftar Perusahaan (TDP yang dikeluarkan oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Batang, dengan Nomer TDP: 11212650136, sedangkan legalitas lainnya juga sudah mempunyai Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) yang dikeluarkan oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan (DEPERINDAG) Kabupaten Batang dengan Nomer SIUP: 120/11.20/pk/III/2005, dengan Usaha Simpan Pinjam.

6. Perumusan Strategi BMT Muamalat

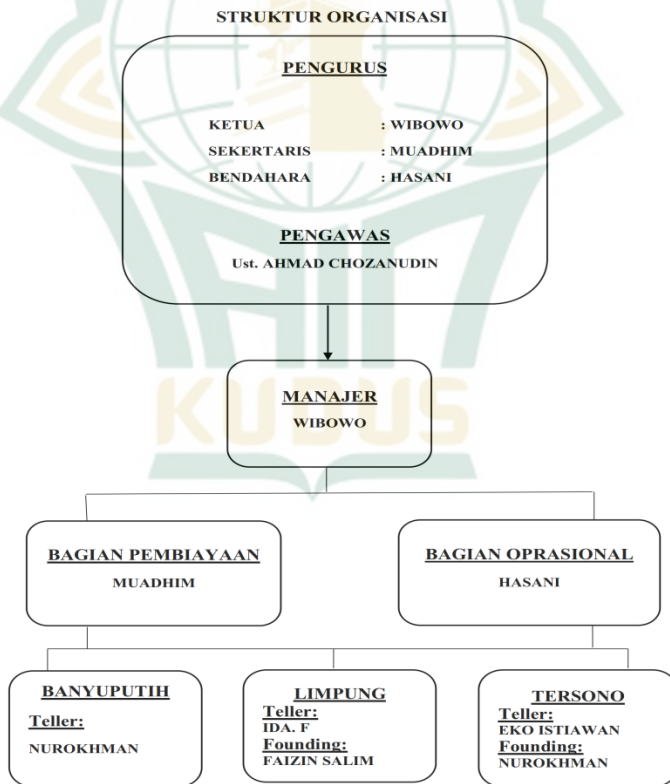
Dalam menganalisa aspek intern dan ekstern, teknik yang digunakan adalah analisa SWOT. Dengan gambaran sebagai berikut:

1. Aspek Kekuatan
 - a. Kantor yang cukup strategis.
 - b. Memiliki relasi yang cukup banyak, baik kelembagaan maupun individu yang bisa diajak bekerjasama dalam berbagai bentuk dalam rangka pengembangan BMT Muamalat.
 - c. Memiliki sistem dan perangkat lunak untuk pelayanan yang dapat bersaing dengan lembaga-lembaga sejenis dan selevel.
 - d. Menggunakan sistem pelayanan jemput bola.
 - e. Menggunakan sistem bagi hasil yang merupakan alternatif bagi seluruh umat islam.
2. Aspek Kelemahan
 - a. Kemampuan SDM yang belum profesional dibidang keuangan, meskipun mempunyai komitmen dan loyalitas yang memadai.
 - b. Kurangnya disiplin dan kesejahteraan karyawan.
 - c. Masih besarnya tingkat pembiayaan bermasalah.
3. Aspek Peluang
 - a. Berada dilingkungan yang mayoritas muslim dan berpotensi menjadi mitra.
 - b. Masih banyak masyarakat yang belum akrab dengan bank umum dalam menyimpan uangnya sehingga berpotensi untuk diprospek agar menyimpan dananya.
 - c. Masih banyak kaum muslimin yang berpotensi, baik kelembagaan maupun individu disekitar wilayah kerja BMT Muamalat yang berpeluang untuk menyimpan maupun mengalihkan simpanannya.
 - d. Adapun lembaga keuangan baik bank maupun non bank yang memberikan pembiayaan kepada BMT Muamalat.

4. Aspek Ancaman
 - a. Banyaknya lembaga keuangan di sekitar BMT, baik bank umum, BPR, dan KSP lainnya.
 - b. Kolapsnya BMT lain atau lembaga sejenis (koperasi syariah maupun lembaga yang berlabel syariah) yang mempengaruhi citra BMT di masyarakat.
 - c. Semakin banyak lembaga keuangan yang memberikan pinjaman dengan prosedur yang mudah dan margin yang lebih rendah.
 - d. Rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan mikro syariah.
5. Strategi yang akan dilakukan dari hasil analisis SWOT
 - a. Melakukan ekspansi baik di *funding* maupun *landing*.
 - b. Melakukan inovasi produk.
 - c. Fokus pada segmen pasar yang telah digarap, baik secara sektoral maupun kewilayahan.
 - d. Melakukan pemupukan modal.
 - e. Peningkatan fungsi dan kualitas SDM BMT Muamalat.
6. Sasaran
 - a. Peningkatan pertumbuhan dana simpanan dan pinjaman.
 - b. Penguatan struktur modal di BMT Muamalat.
 - c. Peningkatan efisiensi di semua bidang.
 - d. Peningkatan fungsi dan kualitas SDM BMT Muamalat.
- 7. Struktur Organisasi BMT Muamalat**
 1. Pengawas:
 - Ust. Ahmad Chozanudin
 2. Ketua:
 - Wibowo
 3. Sekertaris:
 - Muadhim
 4. Bendahara:
 - Hasani

- 5. Bagian Operasional:
 - Hasani
- 6. Bagian Pembiayaan:
 - Muadhim
- 7. Teller:
 - Banyuputih: Nurokhman
 - Limpung: Ida F
 - Tersono: Eko Istiawan
- 8. Oprasional:
 - Limpung: Faizin Salim
 - Tersono: Nurokhman

Tabel 4.1
Struktur Lembaga BMT Muamalat Limpung³



³ Laporan RAT BMT Muamalat Limpung Batang Tahun 2021

8. Tugas Pengurus BMT Muamalat

1. Bagian Manajer Cabang
 - a. Bertanggung jawab kepada pengurus RAT dan RUPS
 - b. Bertanggung jawab atas operasional kantor cabang BMT Muamalat
 - c. Berwenang terhadap: bagian operasional, marketing atau pembukuan, teller atau jasa nasabah.
 - d. Memimpin kegiatan kantor BMT cabang secara menyeluruh sesuai dengan garis kebijakan yang digariskan oleh Dewan Pengurus dan Rapat Anggota Tahunan.
 - e. Melakukan koordinasi seluruh staff BMT kantor cabang.
 - f. Menyusun rencana kerja bulanan, tri wulan, dan tahunan yang merupakan penjabaran dari kebijakan umum pengurus RAT dan RUPS.
 - g. Memberi persetujuan pembiayaan sesuai limit.
 - h. Menandatangani surat-surat untuk kepentingan internal maupun eksternal.
 - i. Menandatangani slip-slip jurnal.
 - j. Memberi persetujuan terhadap setiap transaksi, biaya, pinjaman dan hutang.
 - k. Mengusulkan pengangkatan atau penambahan pegawai atau karyawan.
 - l. Meneliti laporan periodik (harian, mingguan, bulanan, tri wulan, dan tahunan).
 - m. Mengesahkan dan menyetujui atas penilaian prestasi karyawan.
2. Bagian Operasional atau Marketing
 - a. Bertanggung jawab kepada manajer.
 - b. Bertanggung jawab atas *funding* (penghimpunan dana) dan *landing* (penyaluran dana).
 - c. Merencanakan program bagian marketing sesuai dengan garis kebijakan yang digariskan oleh manajemen.

- d. Merencanakan dan mengkoordinasikan penghimpunan dana dan penyaluran dana.
 - e. Mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan kerjasama dan promosi.
 - f. Menyusun rencana serta target funding dan pembiayaan secara bulanan, triwulan, dan tahunan.
 - g. Membuat laporan realisasi pengimpunan dan pembiayaan.
 - h. Membuat konsep pengembangan penghimpunan dan pembiayaan.
 - i. Meningkatkan dana masyarakat dan pembiayaan.
3. Bagian Simpanan
 - a. Mengolekting simpanan nasabah.
 - b. Mengantarkan pengambilan simpanan.
 - c. Memasarkan produk-produk penghimpunan dana (*funding*).
 - d. Ikut memonitoring perkembangan para nasabah.
 4. Bagian Pembiayaan
 - a. Mengolekting angsuran nasabah yang dikolekting.
 - b. Menagih angsuran bagi nasabah yang telat atau tidak membayar.
 - c. Sebagai asisten dalam melakukan survey kepada nasabah pengajuan kredit.
 - d. Ikut memonitor perkembangan para nasabah dan melakukan kolekting pinjaman.
 - e. Membuat laporan perkembangan debitur.
 5. Bagian Teller atau Jasa Nasabah
 - a. Bertanggung jawab kepada manajer.
 - b. Bertanggung jawab atas pelayanan nasabah transaksi keuangan.
 - c. Melayani penerimaan serta pengeluaran dana dari dan ke nasabah.
 - d. Menginput transaksi ke komputer dan membuat laporan secara periodik.
 - e. Membuat catatan penerimaan dan pengeluaran kas.

- f. Mengadministrasikan seluruh transaksi yang berhubungan dengan kas.⁴

9. Produk-Produk BMT Muamalat

1. Produk Penghimpunan Dana

a. Penyertaan Modal

Penyertaan modal adalah menambah modal dalam bentuk saham dimana penyertaan modal tersebut berhak memenuhi bagian dari Sisa Hasil Usaha (SHU) BMT Muamalat secara proposional. Kepemilikan saham di BMT Muamalat melalui penyertaan modal.

Penyertaan disini adalah menambah modal dalam bentuk saham dimana atas penyertaan modal tersebut berhak memperoleh bagian dari SHU (laba) BMT Muamalat secara proposional. Penyerahan modal di BMT Muamalat dimiliki KSU MITRA MUAMALAT, pengurus KSU dan karyawan BMT Muamalat anggota atau nasabah dan masyarakat umum dengan tingkat kepemilikan 20:51:29

b. Simpanan Berjangka atau SI SUKA Muamalat

Simpanan berjangka muamalat adalah simpanan berjangka (deposito) berdasarkan prinsip mudharabah mutlakoh. Dengan adanya prinsip ini, deposito anda diperlukan sebagai investasi, sehingga BMT Muamalat dapat memanfaatkannya dengan baik melalui pembiayaan kepada masyarakat secara profesional. Hasil usaha dari pembiayaan ini dibagi antara shohibul maal dan mudharib sesuai dengan porsi nisbah yang disepakati. Bagi hasil yang kompetitif, diberikan setiap bulan secara tunai atau melalui pindah buku secara otomatis ke rekening tabungan nasabah. Perpanjangan jangka waktu dapat dilakukan secara otomatis.

⁴ Laporan RAT BMT Muamalat Limpung Batang Tahun 2021

c. Simpanan Sukarela Lancar (SIRELA)

SIRELA adalah simpanan anggota masyarakat koperasi melalui bagi hasil. Penarikan dan penyimpanan dapat dilakukan oleh masing-masing pemegang rekening kapan pun selama jam buka kas. Akad yang digunakan adalah akad mudharabah, yaitu penyimpanan selaku shohibul maal dan BMT Muamalat selaku mudharib.

d. Titipan dana Sembako (DANAKO)

Simpanan ini adalah titipan murni (wadiah) yang diamankan kepada BMT Muamalat selama jangka waktu yang telah ditentukan. Setoran dilakukan seminggu sekali selalui mitra yang ditunjuk BMT Muamalat atau yang datang langsung ke kantor BMT Muamalat. Ada tiga pilihan paket A, B dan C. Dengan klasifikasi harga ditentukan berdasarkan perkiraan harga untuk tahun berikutnya mulai dari pembukaan DANAKO yang mendasarinya dan dapat berubah sesuai dalam perubahan kondisi harga. Setiap peserta akan mendapatkan kartu anggota DANAKO. Simpanan ini hanya dapat diambil pada saat jatuh tempo berupa uang tunai atau paket barang sesuai keputusan nasabah.

2. Produk Pembiayaan

a. Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan mudharabah adalah pembiayaan dengan akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana BMT Muamalat sebagai shohibul maal menyediakan modal 100% sedangkan nasabah menjadi pengelola dengan keuntungan dibagi sesuai kesepakatan dan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian tersebut tidak disebabkan oleh kesalahan dan kelalaian pengelola.

b. Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan murabahah adalah pembiayaan dengan akad jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam transaksi jual beli, penjual dengan jelas barang yang diperjual belikan termasuk pembelian dan keuntungan yang diambil dan nasabah mengangsur pembayaran sesuai dengan kesepakatan.

c. Pembiayaan Qordul Hasan

Pembiayaan qordul hasan adalah pembiayaan yang diberikan pada anggota atau nasabah dengan jangka waktu maksimal 1 bulan, dengan pengembalian yang cukup tanpa dibebani dengan keuntungan atau bagi hasil dan jika ada kelebihan yang diberikan oleh bank maka itu masuk dalam dana infaq.

3. Produk Jasa

a. Transfer

Transfer adalah suatu kegiatan jasa bank untuk memindahkan sejumlah dana tertentu dari rekening satu ke rekening lainnya.

4. Produk Layanan Sosial

a. Konsultasi Dinniyah atau Agama

Merupakan konsultasi mengenai keagamaan jika nasabah ingin mengetahui lebih jauh tentang keagamaan, nasabah bisa datang langsung ke BMT untuk bertanya-tanya kepada manajer BMT atau karyawan BMT.

b. Tebar Hewan Qurban

Merupakan tabungan yang dirancang khusus bagi mereka yang mempunyai rencana untuk beribadah penyembelihan hewan qurban. Penyectorannya dapat dilakukan kapan saja selama jam buka kas. Simpanan ini menggunakan akad mudharabah dan menggunakan prinsip bagi hasil dan bagi hasil yang diberikan kepada pemilik rekening adalah 35:65.

c. Perpustakaan Islam

Merupakan perpustakaan gratis yang terletak di kantor BMT Muamalat dan dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat khususnya anggota BMT Muamalat. Buku-buku yang diberikan adalah buku-buku tentang masalah keuangan dan studi islam.

d. Penghimpunan Dana-Dana Sosial

Merupakan kegiatan BMT secara rutin setiap bulannya dalam menyampaikan dana kepada anak-anak yatim dan orang yang kurang mampu melalui BMT menyediakan kotak amal yang diletakkan di warung-warung makan dan tempat yang sering dikunjungi orang dan nantinya dana yang sudah terkumpul dikotak amal tersebut diambil setiap bulannya dan disalurkan kepada yang membutuhkan.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pembiayaan di BMT Muamalat Limpung

BMT Muamalat Limpung Batang merupakan sebuah koperasi yang berbeda dari yang lainnya, mengapa berbeda karena koperasi dengan nama BMT (Baitul Maal Wa Tamwil) mempunyai program yang berbeda dan yang menjadikan ciri khas dari yang lainnya yaitu setiap bulannya memberikan santunan kepada anak-anak yatim dan para dhuafa. Uang yang digunakan untuk menyantuni berasal dari masyarakat dan pendapatan dari BMT Muamalat.

BMT Muamalat menyediakan kotak amal yang diletakkan di rumah-rumah makan dan tempat yang sering dikunjungi banyak orang, dan kemudian setiap bulannya uang yang berada di kotak amal tersebut diambil oleh petugas untuk dikumpulkan menjadi satu dan disumbangkan sesuai daftar anak yatim dan dhuafa yang mendapatkan, kira-kira jumlahnya sekitar 200 an lebih. Kegiatan tersebut diberi nama dengan GERAKAN CINTA ANAK YATIM INDONESIA. Yang bertujuan untuk membantu sesama yang membutuhkan dan

menjadikan BMT Muamalat lebih berkah dan lebih dipercaya oleh masyarakat.

BMT Muamalat turut serta dalam upaya menggalang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yang menjadi tempat lahir yang sangat berarti di tengah keadaan darurat bagi ratusan bahkan banyak orang yang berpenghasilan rendah agar tidak terjerumus ke dalam kemiskinan atau menjadi sangat miskin. Sebagai sebuah lembaga yang menjalankan pola syariah, seluruh aktifitas BMT Muamalat umunya mengarah pada upaya untuk pemberdayaan ekonomi rakyat yang memiliki kualitas atau ciri khasnya tersendiri. Sehingga hal tersebut menjadikan minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan di BMT Muamalat Limpung.

Minat adalah perasaan menyukai, senang atau tertarik oleh seseorang terhadap suatu objek diikuti dengan meningkatkan perhatian dan motivasi keterlibatan langsung karena sesuatu objek dirasakan atau diberikan makna, harapan dan kepuasan. Minat adalah sikap jiwa seseorang yang fokus pada sesuatu, dari dalam hubungan memiliki unsur perasaan yang kuat.

Pembiayaan yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dijalankan oleh orang lain. dalam arti sempit, pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank syariah atau lembaga keuangan syariah kepada anggota. Dalam hal ini arti pembiayaan menjadi sempit dan pasif. Akan tetapi penyempitan ini disebabkan karena keterbatasan pemahaman para pelaku bisnisnya.

Manajer BMT Muamalat Limpung yaitu Bapak Wibowo menjelaskan bahwa:

“Pembiayaan merupakan kegiatan di BMT Muamalat Limpung yang sangat penting dan menjadi penunjang kelangsungan hidup BMT Muamalat Limpung jika dikelola dengan baik. Pembiayaan merupakan penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan

antara lembaga dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.”⁵

Bagian Pembiayaan BMT Muamalat Limpung Batang yaitu bapak Muadhim beliau menjelaskan bahwa: *“Nasabah yang melakukan pembiayaan di BMT Muamalat Limpung Batang kebanyakan adalah para pedagang. Karena mereka mengajukan pembiayaan di BMT Muamalat Limpung Batang untuk memenuhi kebutuhan dagang dan sebagai tambahan modal mereka guna untuk meningkatkan lebih usaha yang mereka jalankan.”⁶*

Bagian Pembiayaan BMT Muamalat Limpung yaitu Bapak Muadhim juga menjelaskan Syarat-syarat yang perlu di ajukan untuk mengajukan pembiayaan di BMT Muamalat Limpung Batang yaitu:

Syarat Administrasi

- *Menjadi anggota KJKS BMT Muamalat Limpung aktif minimal 2 bulan. Dibuktikan dengan rekening Simpanan Anggota.*
- *Mempunyai usaha real dan halal yang berada di sekitar wilayah kerja BMT Muamalat (maksimal jarak 10 km dari kantor pelayanan BMT Muamalat Limpung).*
- *Mengisi aplikasi permohonan pembiayaan secara lengkap dan jujur.*
- *FC KTP suami dan istri yang masih berlaku (model berjajar).*

⁵ Bapak Wibowo, Wawancara oleh Manajer BMT Muamalat Limpung Batang, 28 Februari, 2022.

⁶ Bapak Muadhim, Wawancara oleh Bagian Pembiayaan BMT Muamalat Limpung Batang, 28 Februari, 2022.

- *FC Kartu Keluarga terbaru.*
- *Menyerahkan jaminan (Agunan) pembiayaan yang dapat berupa:*
 1. *BPKB Tahun 2005 keatas.*
 2. *Sertifikat tanah atas nama sendiri.*
 3. *Barang-barang berharga lainnya.*
- *Memahami dan mengikuti ketentuan pembiayaan yang sesuai syari'at Islam.*

Persyaratan tetap:

- *Siap dilakukan survey oleh team pembiayaan BMT Muamalat Limpung Batang.*
- *Siap menerima hasil apapun dari verifikasi yang dilakukan oleh team pembiayaan BMT Muamalat Limpung Batang (disetujui atau ditolak).*
- *BMT Muamalat berhak menyetujui atau menolak permohonan tanpa memberi alasan pada anggota.⁷*

Jadi, peneliti menarik kesimpulan bahwa pembiayaan merupakan kegiatan penyediaan dana untuk investasi atau kerjasama pemodalannya antara lembaga dengan nasabah, calon nasabah, lembaga lain atau anggotanya yang mewajibkan penerimaan pembiayaan itu untuk melunasi pokok pembiayaan yang diterima kepada pihak koperasi sesuai akad dengan pembayaran sejumlah bagian hasil dari pendapatan atau laba dari kegiatan yang dibiayai atau penggunaan dana pembiayaan tersebut. Sebagai upaya memperoleh pendapatan yang semaksimal mungkin, aktivitas pembiayaan BMT juga menganut azas syariah, yakni dapat berupa bagi hasil, keuntungan maupun jasa manajemen. Upaya ini harus dikendalikan sedemikian rupa sehingga kebutuhan likuiditas dapat terjamin dan tidak banyak dana yang menganggur.

⁷ Bapak Muadhim, Wawancara oleh Bagian Pembiayaan BMT Muamalat Limpung, 28 Februari, 2022.

Dalam sesi wawancara bersama Manajer BMT Muamalat Limpung Batang Bapak Wibowo, beliau juga menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap pembiayaan terdapat 3 faktor yaitu:

1) Produk

Produk yaitu sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk pembiayaan yaitu suatu hal sangat penting guna untuk menarik seseorang untuk dapat menggunakannya.

Berdasarkan dengan produk, Bagian Pembiayaan BMT Muamalat Limpung Batang Bapak Muadhim Menjelaskan bahwa:

“Di BMT Muamalat Limpung Batang itu ada bermacam-macam produk yang di tawarkan diantaranya adalah: Pembiayaan. Pembiayaan BMT Muamalat adalah pemberian modal atau menyediakan barang yang dibutuhkan untuk keperluan usaha para pengusaha kecil agar usaha mereka semakin berkembang. Dalam pembiayaan pun ada berbagai jenisnya juga, diantaranya ialah: Pembiayaan Mudharabah, Pembiayaan Murabahah, dan Pembiayaan Qordul Hasan.

Pembiayaan Mudharabah adalah pembiayaan dengan akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana BMT Muamalat Limpung sebagai shohibul maal menyediakan modal 100% sedangkan nasabah menjadi pengelola dengan keuntungan dibagi sesuai kesepakatan dan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian tersebut tidak disebabkan oleh kesalahan dan kelalaian pengelola.

Pembiayaan Murabahah adalah pembiayaan dengan akad jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam transaksi jual beli, BMT Muamalat Limpung dengan jelas barang yang diperjual belikan termasuk pembelian dan keuntungan yang

diambil dan nasabah mengangsur pembayaran sesuai dengan kesepakatan.

Pembiayaan Qordul Hasan adalah pembiayaan yang diberikan pada anggota atau nasabah dengan jangka waktu maksimal 1 bulan, dengan pengembalian yang cukup tanpa dibebani dengan keuntungan atau bagi hasil dan jika ada kelebihan yang diberikan oleh bank maka itu masuk dalam dana infaq.’⁸

Dari hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa pengetahuan merupakan informasi yang telah diproses dan diorganisasikan untuk memperoleh pemahaman, pembelajaran dan pengalaman yang terakumulasi sehingga bisa diaplikasikan ke dalam masalah atau proses bisnis tertentu. Sedangkan produk merupakan barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Jadi, pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk, pengetahuan ini meliputi kategori produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk. Bila BMT Muamalat Limpung dapat memahami tentang pengetahuan produk dengan baik dan benar maka BMT Muamalat Limpung akan mudah menginformasi kepada nasabah untuk memastikan pembelian produk.

Berdasarkan dengan tujuan yang ingin dicapai oleh BMT Muamalat Limpung Batang, Bapak Wibowo menjelaskan bahwa:

“Ada upaya yang dilakukan guna melakukan pengembangan produk yaitu dengan melakukan riset mengenai produk atau kebutuhan latent dari konsumen yang dapat dikembangkan dan menjadi produk yang dibutuhkan oleh nasabah dimasa yang akan datang dan melakukan modifikasi produk baik dari sisi pelayanan yang lebih cepat

⁸ Bapak Muadhim, Wawancara oleh Bagian Pembiayaan BMT Muamalat Limpung Batang, 28 Februari, 2022.

dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan.”⁹

Dari pemaparan diatas, dapat diketahui bahwa dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh BMT Muamalat Limpung Batang, Manajer BMT Muamalat Limpung Batang melakukan pengembangan produk yang pertama sangat penting dalam melakukan riset produk karena sangat penting untuk menemukan produk yang laris dijual. Sehingga dari nasabah dapat dikembangkan dan menjadi produk yang dibutuhkan oleh nasabah dimasa yang akan datang. Yang kedua, melakukan modifikasi produk maksudnya cara merubah bentuk sebuah barang yang kurang menarik menjadi lebih menarik tanpa menghilangkan fungsi aslinya baik dari sisi pelayanan yang lebih cepat dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan.

2) Promosi

Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Secara keseluruhan, ketika peneliti menyinggung tujuan promosi, Manajer BMT Muamalat Limpung Batang Bapak Wibowo menuturkan bahwa:

“Salah satu tujuan promosi BMT Muamalat Limpung Batang adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan mbak dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.

Promosi adalah suatu kegiatan yang dapat ditujukan untuk mempengaruhi nasabah supaya mereka dapat lebih mengenal produk-produk yang akan ditawarkan oleh pihak BMT Muamalat

⁹ Bapak Wibowo, Wawancara oleh Manajer BMT Muamalat Limpung Batang, 28 Februari, 2022.

Limpung Batang kepada para nasabah yang dikemudian hari di harapkan nasabah menjadi senang selalu menggunakannya.”¹⁰

Dari hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa tujuan promosi BMT Muamalat Limpung Batang yaitu menginformasikan segala jenis produk serta berusaha menarik calon nasabah baru. Tugas manager pemasaran dalam promosi adalah memberitahu kepada nasabah tentang ketersediaan produk yang tepat pada tempat dan harga yang tepat pula. Promosi merupakan usaha dalam bidang informasi dan komunikasi guna untuk menarik minat nasabah untuk membeli produknya. Apa yang dikomunikasikan manager pemasaran ditentukan oleh kebutuhan dan sikap target nasabah. Bagaimana pesan itu disampaikan tergantung pada gabungan berbagai produk promosi yang dipilih manager pemasaran.

Bagian Oprasional BMT Muamalat Limpung yaitu Bapak Hasani juga menjelaskan sarana promosi yang digunakan BMT Muamalat Limpung Batang yaitu:

“Ada empat mbak strategi promosi yang digunakan BMT Muamalat Limpung Batang dalam mempromosikan produknya:

Pertama periklanan adalah strategi promosi yang digunakan dalam menginformasikan, menarik dan mempengaruhi nasabahnya, Kedua peblisitas ini digunakan untuk memancing nasabah melalui kegiatan yang disponsori oleh BMT ini, Ketiga penjualan pribadi merupakan bentuk pemasaran jangka pendek yang ditunjukan bagi masyarakat atau calon nasabah, Dan yang terakhir promosi

¹⁰ Bapak Wibowo, Wawancara oleh Manajer BMT Muamalat Limpung Batang, 1 Maret, 2022.

penjualan ini digunakan untuk menarik nasabah lebih banyak lagi.”¹¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa BMT Muamalat Limpung Batang dalam mempromosikan produknya ada empat macam promosi yang digunakan yaitu periklanan adalah strategi promosi yang digunakan oleh BMT Muamalat Limpung Batang dalam menginformasikan, menarik dan mempengaruhi nasabahnya. Adapun promosi dengan iklan ini dilakukan dengan memasang spanduk ditempat-tempat yang strategis serta pemberian brosur secara gratis dan dapat diperoleh di BMT Muamalat Limpung Batang. Publisitas merupakan kegiatan promosi yang dilakukan BMT Muamalat Limpung Batang untuk memancing nasabah melalui kegiatan yang disponsori oleh BMT ini. Adapun kegiatan tersebut berupa bakti sosial. Penjualan pribadi merupakan bentuk pemasaran jangka pendek yang ditunjukan bagi masyarakat atau calon nasabah, dirancang untuk memperoleh responden dari nasabah serta mempengaruhi nasabah dalam promosi. Kegiatan ini dilakukan oleh seluruh karyawan BMT Muamalat Limpung Batang. Promosi penjualan promosi ini digunakan untuk menarik nasabah lebih banyak lagi. Adapun cara yang digunakan dalam promosi ini adalah melalui pemberian hadiah, ataupun cendramata seperti kalender, pena dan buku agenda.

3) Pelayanan

Pelayanan merupakan segala sesuatu tindakan langsung yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah demi terciptanya suatu loyalitas dan kepuasan terhadap nasabah. Suatu kualitas pelayanan yang dapat diberikan oleh

¹¹ Bapak Hasani, Wawancara oleh Bagian Oprasional BMT Limpung Batang, 1 Maret, 2022.

BMT Muamalat Limpung Batang sangat berperan penting didalam mempengaruhi seseorang untuk terus menggunakan produk-produk pembiayaan yang dimiliki oleh BMT Muamalat Limpung Batang.

Kepuasan merupakan hal yang perlu dijadikan pertimbangan bagi setiap perusahaan termasuk lembaga keuangan baik konvensional maupun syariah dan salah satunya adalah BMT Muamalat Limpung Batang. Adanya kepuasan dari nasabah adalah sebagai bentuk BMT Muamalat Limpung Batang dalam menggunakan produk pembiayaan, sehingga kepuasan dapat memberikan banyak hal yang positif bagi BMT Muamalat Limpung Batang diantaranya kelayaitasan nasabah, sebagaimana yang disampaikan oleh Bagian Operasional BMT MUamalat Limpung yaitu Bapak Hasani dalam wawancara berikut:

“Dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah kita akan ada langkah-langkah yang sudah menjadi standart operasional kita tanpa membiarkan nasabah begitu saja, karena dalam BMT Muamalat Limpung Batang, hubungan antara lembaga dengan nasabah adalah sebagai mitra. Dari segi pelayanan, kami mengutamakan kenyamanan dan kepuasan nasabah.”

“Dalam hal penagihan/pembayaran kami menggunakan sistem pelayanan nasabah dapat datang langsung ke kantor. Selain itu, setiap karyawan diwajibkan memakai pakaian yang sopan dan rapi agar tidak terlihat auratnya. Dari segi religiusitas, setiap pagi kami mengharuskan doa berjamaah sebelum melakukan aktivitas kerja.”¹²

¹² Bapak Hasani, Wawancara oleh Bagian Operasional BMT Muamalat Limpung Batang, 1 Maret, 2022.

Dalam wawancara diatas menunjukkan bahwa BMT Muamalat Limpung Batang telah mengaplikasikan karakteristik marketing syariah yaitu *teitis (rabbaniyah)* dan *etis (akhlakqiyah)* dikenal sebagai sifat yang religius yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika.

Pelayanan yang baik dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah dalam melakukan pembiayaan. upaya dari strategi pelayanan yang diterapkan di BMT Muamalat Limpung Batang adalah pelayanan yang sesuai standar dimana sikap yang ramah tamah, sopan santun, pelayanan yang cepat dan tepat, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, penampilan yang menarik dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah.

“Selain pelayanan kami juga menjalin hubungan kemitraan baik dengan karyawan maupun nasabah. Saya membuat karyawan tetap nyaman bekerja dan kami seperti keluarga. Kalau ada waktu luang sering bercanda, berbagi informasi, dan lainnya. Suasananya pun seperti dirumah dengan adanya tempat Shalat dan kamar mandi. Hubungan seperti itu juga diterapkan ke nasabah agar terjalin hubungan yang bersifat jangka panjang dan kontinu, perlu upaya pengenalan lebih dekat terhadap setiap pelanggan, menciptakan komunikasi dua arah antara BMT Muamalat Limpung Batang dengan nasabah, penting juga dalam mengelola hubungan yang saling percaya dan penuh komitmen antara karyawan dengan nasabah. Sampai saat ini, strategi tersebut cukup efektif.”¹³

Berdasarkan wawancara tersebut diketahui bahwa dalam upaya peningkatan kepuasan nasabah

¹³ Bapak Hasani, Wawancara oleh Bagian Operasional BMT Muamalat Limpung Batang, 1 Maret, 2022.

tidak lepas dari unsur-unsur sumber daya manusia yang ada di BMT Muamalat Limpung Batang sebagaimana yang diungkapkan Bapak Hasani.

Diharapkan produk pembiayaan BMT Muamalat Limpung Batang menjadi pilihan bagi nasabah. Untuk menarik minat para nasabah tentu strategi diperlukan untuk melakukan penawaran kepada nasabah. Berikut merupakan strategi yang dilakukan BMT Muamalat Limpung Batang menurut penuturan Bapak Wibowo.

“Dengan adanya berbagai macam karakter nasabah, ada yang idealis, ada yang maunya cepet, jadi ya kita mengetahui dulu karakteristiknya nasabah dan kita menyesuakannya, jadi beda-beda nanti pendekatannya.”¹⁴

Sementara itu, saat ditanya mengenai harapan dan tujuan Manager BMT Muamalat Limpung Batang ke depannya, Beliau menjelaskan.

“Masyarakat muslim paling besar itu kan Indonesia, jadi kalo kita berbicara tentang perekonomian, itu tidak bisa terlepas dari lembaga keuangan, dan kalo berbicara tentang lembaga keuangan syariah, BMT adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang mempunyai lingkup cukup luas, jadi disini kita mengemban amanah yang besar dan saling bahu membahu mensejahterakan ekonomi masyarakat.”¹⁵

Dari pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Pelayanan sangat penting, karena jika pelayanan diberikan dengan baik dan benar

¹⁴ Bapak Wibowo, Wawancara oleh Manajer BMT Muamalat Limpung Batang, 1 Maret, 2022.

¹⁵ Bapak Wibowo, Wawancara oleh Manajer BMT Muamalat Limpung Batang, 1 Maret, 2022.

merupakan daya tarik bagi calon nasabah atau nasabah untuk tetap menjadi nasabah, bahkan pelayanan ini sangat menentukan lembaga keuangan mencapai sasaran. Konsep pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati dari calon nasabah baik dari masyarakat maupun dari BMT, jika masyarakat simpati akan menimbulkan kepercayaan, sehingga pemasaran produk pembiayaan BMT lancar.

Tiga hal tersebut menjadi faktor minat nasabah terhadap pembiayaan di BMT Muamalat Limpung Batang, dan demikian juga hampir semua Lembaga Keuangan Syariah di dunia didominasi dengan produk pembiayaan. Hal ini terjadi karena sistem pembiayaan lebih mudah dimengerti oleh masyarakat dan para pegawai lembaga itu sendiri yang kebanyakan mereka telah mengenal akrab dengan (sahabat) bunga sistem bagi hasil sedikit sekali diterapkan.

Jadi, dari ketiga faktor tersebut merupakan acuan minat para nasabah terhadap pembiayaan di BMT Muamalat Limpung. Diantaranya pengetahuan terhadap produk yaitu informasi mengenai produk, pengetahuan ini meliputi kategori produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk. Bila BMT Muamalat Limpung dapat memahami tentang pengetahuan produk dengan baik dan benar maka ia akan mudah mengonfirmasi kepada nasabah untuk memastikan pembelian produk. Kedua, promosi yang memberitahu nasabah tentang ketersediaan produk yang ada di BMT Muamalat Limpung dan harga yang tepat pula. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan anggotanya. Yang ketiga, pelayanan dengan mutu baik dapat memberikan kepuasan yang baik pula bagi nasabahnya, sehingga nasabah dapat lebih merasa diperhatikan akan keberadaannya oleh pihak lembaga.

2. Faktor yang paling Dominan Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Pembiayaan di BMT Muamalat Limpung

Setelah mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah terhadap pembiayaan, maka selanjutnya adalah mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah terhadap pembiayaan. Faktor tertinggi atau faktor yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah terhadap pembiayaan yaitu faktor pelayanan. Operasional BMT Muamalat didukung dengan sistem komputerisasi, baik dalam sistem akuntansi, penyimpanan dana penyaluran pembiayaan. Hal ini memberikan kemungkinan untuk memberikan pelayanan yang lebih profesional dan akurat. Sistem ini telah dilakukan diseluruh kantor pelayanan BMT Muamalat. Selain itu sistem komputerisasi ini semakin meningkatkan performa, kecepatan dan ketelitian dalam penyajian data kepada mitra atau nasabah.

Selain itu BMT Muamalat Limpung juga mempunyai aspek kekuatan tersendiri yaitu kantor yang cukup strategis, mempunyai relasi yang cukup banyak, baik kelembagaan maupun individu yang bisa diajak bekerjasama dalam berbagai bentuk dalam rangka pengembangan BMT Muamalat, memiliki sistem dan perangkat lunak untuk pelayanan yang dapat bersaing dengan lembaga-lembaga sejenis dan selevel, menggunakan sistem pelayanan jemput bola, menggunakan sistem bagi hasil yang merupakan alternatif bagi seluruh umat islam. Disisi lain aspek kelemahan BMT Muamalat yaitu kemampuan SDM yang belum profesional dibidang keuangan, meskipun mempunyai komitmen dan loyalitas yang memadai dan kurangnya disiplin dan kesejahteraan karyawan.

Manajer BMT Muamalat Limpung Batang bapak Wibowo menjelaskan:

Keanyakan minat nasabah yang melakukan pembiayaan di sini dipengaruhi oleh faktor pelayanan mbak, untuk bentuk pelayanan yang diberikan pada nasabah harus sesuai standar

seperti pelayanan yang ramah-tamah, sikap yang sopan dan santun dari karyawan kepada nasabah, harus bisa mengerti karakter nasabah jadi bisa menyesuaikan ketika memberikan pelayanan, menghargai nasabah, tidak memakai nada tinggi dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, penampilan harus rapi dan menarik, memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah dan pelayanan yang diberikan harus cepat serta tepat.”¹⁶

Hal senada juga di katakan bagian pembiayaan BMT Muamalat Lempung Bapak Muadhim beliau mengatakan bahwa:

Pelayanan menjadi minat nasabah terhadap pembiayaan karena BMT Muamalat dalam memberikan pelayanan kepada nasabah sudah bagus serta membina hubungan baik dengan nasabah. Dalam memberikan pelayanan kepada nasabah menampilkan tampilan yang menarik, sopan santun, ramah tamah, adil dan cepat dengan etika yang baik sehingga nasabah menjadi puas dengan pelayanan yang diberikan.¹⁷

Pelayanan sesuai prosedur yang diberikan merupakan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang baik dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

“Karena banyak pesaing sejenis (seperti lembaga BMT, LKS, dan lain-lain) jadi pelayanan yang baik, maksimal dan menumbuhkan rasa saling percaya kepada nasabah yang diutamakan. Karena dari pelayanan juga nasabah menilai lembaga. Sehingga dengan memberikan

¹⁶ Bapak Wibowo, Wawancara oleh Manajer BMT Muamalat Lempung Batang, 1 Maret, 2022.

¹⁷ Bapak Muadhim, Wawancara oleh Bagian Pembiayaan BMT Muamalat Lempung Batang, 1 Maret, 2022.

pelayanan sesuai apa yang dibutuhkan dan dapat memenuhi keinginan nasabah. Selain itu, pemenuhan sarana prasarana perlu dimanfaatkan guna memberikan pelayanan yang terbaik.”¹⁸

Upaya dari pelayanan yang diterapkan di BMT Muamalat Limpung Batang adalah pelayanan yang sesuai standar dimana sikap yang ramah tamah, sopan santun, pelayanan yang cepat dan tepat, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, penampilan yang menarik dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah.

“Saya dalam memberikan pelayanan berusaha memberikan sesuai dengan apa yang sudah menjadi standart operasional di lembaga ini mbak, supaya para nasabah juga merasa dihormati sehingga merasa puas dengan pelayanan yang kami berikan kepada nasabah.”¹⁹

Upaya dari pelayanan yang diterapkan di BMT Muamalat Limpung Batang adalah pelayanan yang sesuai standar dimana sikap yang ramah tamah, sopan santun, pelayanan yang cepat dan tepat, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, penampilan yang menarik dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah. Hal tersebut juga dirasakan oleh bapak Asmani ketika melakukan pembiayaan di kantor BMT Muamalat Limpung Batang, berikut hasil wawancara dengan beliau:

“Pelayanannya bagus mbak, saya senang ketika melakukan pembiayaan. Karyawan juga saling berbaur seperti saudara sendiri dan pelayanannya juga cepat.”²⁰

¹⁸ Bapak Wibowo, Wawancara oleh Manajer BMT Muamalat Limpung Batang, 1 Maret, 2022.

¹⁹ Bapak Hasani, Wawancara oleh Bagian Operasional BMT Muamalat Limpung Batang, 1 Maret, 2022.

²⁰ Bapak Asmani, Wawancara oleh Nasabah pembiayaan BMT Muamalat Limpung Batang, 2 Maret, 2022.

Dari wawancara yang dipaparkan diatas, dapat disimpulkan bahwa setiap aspek pelayanan tersebut sangatlah berkait erat dan memberikan dampak yang positif pada kepuasan nasabah pembiayaan yang ada di BMT Muamalat Limpung Batang. Dimana pelayanan tersebut mampu untuk mempertahankan dan menambah jumlah nasabah meski tidak dalam jumlah yang sangat banyak. Pelayanan tersebut cukup efektif dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

Bentuk pelayanan yang dirasakan oleh nasabah memberikan respon yang positif, sehingga mampu menciptakan rasa puas nasabah. Sebagaimana diungkapkan oleh Bapak Samsudin dan Muhammad Zaenuri berikut:

“Sangat baik dibanding lembaga lain karena karyawan disini ramah tamah mbak. Semua karyawan sopan, kalau datang langsung disapa dan tidak segan mengajak saya bercanda. Pelayanannya pun cepat.”²¹

“Kinerjanya cepat dan tepat, komunikasi karyawan dengan saya pun bagus dalam berkomunikasi juga menggunakan bahasa yang mudah dipahami, karyawan yang bertugas dapat dipercaya dan baik. Setiap saya memiliki masalah pasti dibantu dan diperhatikan.”²²

Menurut Bapak Samsudin, pelayanan yang diberikan sangat baik di banding lembaga lain karena karyawan bersikap ramah dan sopan santun. Menurut bapak Muhammad Zaenuri kinerjanya cepat dan tepat, komunikasi karyawan dengan beliau menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Bapak Fathurrohman sebagaimana berikut:

²¹ Bapak Samsudin, Wawancara oleh nasabah pembiayaan BMT Muamalat Limpung Batang, 2 Maret, 2022.

²² Bapak Muhammad Zaenuri, Wawancara oleh nasabah pembiayaan BMT Muamalat Limpung Batang, 2 Maret, 2022.

“Pelayanannya bagus, mudah dan tidak ribet. Karyawannya murah senyum dan ramah, waktu melayani nasabah bicaranya sopan tidak dengan nada kasar.”²³

Dari penjelasan Bapak Fathurrohman tersebut, dapat diketahui bahwa beliau mendapatkan pelayanan yang bagus dan mudah. Sikap karyawan ramah dan selalu senyum, berbicara sopan dan perhatian terhadap permasalahan yang di hadapi oleh Bapak Fathurohman.

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap pembiayaan di BMT

Setelah mendapatkan deskripsi data dari BMT Muamalat Limpung Batang baik dengan teknik wawancara, observasi maupun dokumentasi, peneliti menemukan beberapa temuan yang dijelaskan sebagai berikut. Berdasarkan deskripsi data di BMT Muamalat Limpung Batang, peneliti menemukan bahwa minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Minat adalah ketertarikan individu pada sesuatu yang sifatnya tetap agar lebih mengingat dan memperhatikan secara terus menerus yang diikuti dengan rasa senang untuk memperoleh sesuatu kepuasan dalam mencapai kepuasan tersendiri.²⁴ Minat di sini yaitu minat nasabah terhadap pembiayaan di BMT Muamalat Limpung Batang. Melalui BMT masyarakat dan pedagang dilepaskan dari jeratan sistem riba (bunga) dan mengalihkan kepada sistem ekonomi islam yang disebut dengan bagi hasil. BMT Muamalat Limpung mendapat respon yang positif dari masyarakat, karena BMT Muamalat tergolong lebih lincah dan fleksibel. Karena tidak sepenuhnya diatur.

²³ Bapak Fathurrohman, Wawancara oleh nasabah pembiayaan BMT Muamalat Limpung Batang, 2 Maret, 2022.

²⁴ Agus Sujanto, *Psikologi Umum* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), 223.

Pembiayaan merupakan salah satu produk BMT Muamalat Limpung Batang. Pembiayaan BMT Muamalat Limpung Batang adalah pemberian modal atau menyediakan barang yang dibutuhkan untuk keperluan usaha para pengusaha kecil agar usaha mereka semakin berkembang. Jadi yang dibiayai BMT Muamalat usahanya bukan orangnya. Oleh sebab itu dalam setiap pembiayaan berarti telah terjadi akad kerjasama (syirkah) antara BMT Muamalat dengan pengusaha kecil untuk bersama-sama mengembangkan usaha. Sebagai lembaga keuangan syariah, tertentu saja BMT Muamalat Limpung Batang memakai sistem yang sesuai syariah Islam. Dalam kerjasama inilah akan diperoleh bagian pendapatan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat saya analisis bahwasanya pembiayaan merupakan kegiatan di BMT Muamalat Limpung yang sangat penting dan menjadi penunjang kelangsungan hidup BMT Muamalat Limpung jika dikelola dengan baik. Bagian pembiayaan BMT Muamalat Limpung Batang yaitu bapak muadhim juga menjelaskan kebanyakan nasabah yang melakukan pembiayaan di BMT Muamalat kebanyakan adalah para pedagang. Karena mereka mengajukan pembiayaan di BMT Muamalat Limpung Batang untuk memenuhi kebutuhan dagang dan sebagai tambahan modal mereka guna untuk meningkatkan lebih usaha yang mereka jalankan. Selain itu ada syarat-syarat yang perlu di ajukan untuk mengajukan pembiayaan di BMT Muamalat Limpung Batang diantaranya syarat administrasi dan persyaratan tetap.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, ditemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap pembiayaan di BMT Muamalat Limpung Batang antara lain:

- 1) Produk

Produk adalah keseluruhan dari penawaran yang dilakukan secara normal oleh perusahaan kepada nasabah dalam memberikan barang dagangnya. Produk adalah sesuatu yang di perjualbelikan dengan tujuan untuk mendapatkan

keuntungan dari sesuatu hasil kreativitas perusahaan. Produk berarti barang atau jasa yang ditawarkan kepada nasabah.²⁵

BMT Muamalat Limpung Batang merupakan lembaga keuangan dalam skala mikro yang menyediakan jasa-jasa keuangan berupa pinjaman dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah. Produk pembiayaan merupakan salah satu produk yang menjadi minat nasabah di BMT Muamalat Limpung Batang. Ada tiga produk pembiayaan yang ditawarkan BMT Muamalat yaitu mudharabah, murabahah dan qordhul hasan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer BMT Muamalat Limpung Batang ada tiga produk pembiayaan yaitu:

Pembiayaan Mudharabah adalah pembiayaan dengan akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana BMT Muamalat Limpung sebagai shohibul maal menyediakan modal 100% sedangkan nasabah menjadi pengelola dengan keuntungan dibagi sesuai kesepakatan dan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian tersebut tidak disebabkan oleh kesalahan dan kelalaian pengelola. Pembiayaan Murabahah adalah pembiayaan dengan akad jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam transaksi jual beli, BMT Muamalat Limpung dengan jelas barang yang diperjual belikan termasuk pembelian dan keuntungan yang diambil dan nasabah mengangsur pembayaran sesuai dengan kesepakatan. Pembiayaan Qordul Hasan adalah pembiayaan yang diberikan pada anggota atau nasabah dengan jangka waktu maksimal 1 bulan, dengan pengembalian yang cukup tanpa dibebani dengan keuntungan atau bagi hasil dan jika ada kelebihan yang diberikan oleh bank maka itu masuk dalam dana infaq. Dari ketiga pembiayaan tersebut

²⁵ Wijayanti, *Marketing Plan Dalam Bisnis* (Jakarta: Kompas Gramedia, 2014), 34

merupakan macam-macam pembiayaan yang ada di BMT Muamalat Limpung Batang.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan bapak manajer yaitu bapak wibowo dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh BMT Muamalat Limpung Batang, BMT Muamalat Limpung Batang melakukan pengembangan produk yang pertama sangat penting dalam melakukan riset produk karena sangat penting untuk menemukan produk yang laris dijual. Sehingga dari nasabah dapat dikembangkan dan menjadi produk yang dibutuhkan oleh nasabah dimasa yang akan datang. Selain melakukan riset produk BMT Muamalat Limpung Batang juga melakukan modifikasi produk maksudnya cara merubah bentuk sebuah barang yang kurang menarik menjadi lebih menarik tanpa menghilangkan fungsi aslinya baik dari sisi pelayanan yang lebih cepat dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan.

2) Promosi

Promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh penjual untuk mendorong konsumen memberi produk yang ditawarkan.²⁶ Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, komunikasi pemasaran merupakan ujung tombak penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Berapapun kualitas pelayanan suatu produk bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Berdasarkan hasil penelitian dapat saya analisis bahwasanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh BMT Muamalat Limpung Batang

²⁶ Fuad Christine dan Nurlela Sugiarto, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: PT Granmedia Pustaka Utama, 2009), 130.

sudah baik. Salah satu tujuan promosi BMT Muamalat Limpung Batang adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer BMT Muamalat Limpung Batang yaitu bapak Wibowo dikatakan bahwa promosi yang dilakukan di BMT Muamalat Limpung Batang dalam memasarkan produknya menggunakan strategi periklanan adalah strategi promosi yang digunakan oleh BMT Muamalat Limpung Batang dalam menginformasikan, menarik dan mempengaruhi nasabahnya. Adapun promosi dengan iklan ini dilakukan dengan memasang spanduk ditempat-tempat yang strategis serta pemberian brosur secara gratis dan dapat diperoleh di BMT Muamalat Limpung Batang. Selain menggunakan strategi periklanan, BMT Muamalat Limpung Batang juga menggunakan strategi publisitas, publisitas merupakan kegiatan promosi yang dilakukan BMT Muamalat Limpung Batang untuk memancing nasabah melalui kegiatan yang disponsori oleh BMT ini. Adapun kegiatan tersebut berupa bakti sosial. Selain menggunakan periklanan dan publisitas BMT Muamalat Limpung Batang juga menggunakan strategi penjualan pribadi, penjualan pribadi merupakan bentuk pemasaran jangka pendek yang ditunjukkan bagi masyarakat atau calon nasabah, dirancang untuk memperoleh responden dari nasabah serta mempengaruhi nasabah dalam promosi. Kegiatan ini dilakukan oleh seluruh karyawan BMT Muamalat Limpung Batang. Selain menggunakan periklanan, publisitas, penjualan pribadi, strategi yang terakhir adalah promosi penjualan promosi ini digunakan untuk menarik nasabah lebih banyak lagi. Adapun cara yang digunakan BMT Muamalat Limpung Batang dalam promosi ini adalah melalui pemberian hadiah, ataupun cendramata seperti kalender, pena dan buku

agenda. Untuk dapat melakukan kegiatan promosi penjualan yang baik maka setiap karyawan BMT Muamalat Limpung Batang dituntut bekerja secara profesional.

3) Pelayanan

Pelayanan adalah sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Pelayanan sangat penting, karena jika pelayanan diberikan dengan baik dan benar merupakan daya tarik bagi calon nasabah atau nasabah untuk tetap menjadi nasabah, bahkan pelayanan ini sangat menentukan lembaga keuangan mencapai sasaran. Konsep pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati dari calon nasabah baik dari masyarakat maupun dari BMT, jika masyarakat simpati akan menimbulkan kepercayaan, sehingga pemasaran produk pembiayaan BMT lancar.

Berdasarkan hasil penelitian dapat saya analisis bahwasanya kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah secara umum, dan menjadi faktor utama dalam kepuasan nasabah terhadap BMT Muamalat Limpung. Pelayanan yang dilakukan BMT Muamalat Limpung Batang sudah baik dan sesuai dengan standar pelayanan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer BMT Muamalat Limpung Batang yaitu bapak Wibowo bahwasanya pelayanan yang diterapkan di BMT Muamalat Limpung Batang adalah pelayanan yang sesuai standar dimana sikap yang ramah tamah, sopan santun, pelayanan yang cepat dan tepat, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, penampilan yang menarik dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah. Selain itu dalam upaya peningkatan kepuasan nasabah tidak lepas dari unsur-unsur sumber daya manusia.

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer BMT Muamalat Limpung Batang bapak

wibowo mengatakan bahwa semua nasabah merasa puas dengan pelayanan di BMT Muamalat Limpung Batang. Tidak ada satu nasabah pun yang merasa pelayanan BMT Muamalat Limpung Batang memiliki kekurangan. Mereka merasa apa yang mereka dapatkan sesuai dengan harapan mereka, sehingga selama menjadi nasabah mereka tidak pernah merasa kecewa. Selain pelayanannya yang cepat, pegawai BMT Muamalat juga memiliki sifat yang ramah, siap membantu segala keperluan nasabah.

Pelayanan di BMT Muamalat Limpung Batang bernuansa Islami, hal tersebut dapat dilihat dari cara berpakaian para karyawan, dari cara karyawan memperlakukan nasabah, dan dari cara karyawan berbicara kepada nasabah. Akan tetapi yang paling disukai oleh nasabah adalah pelayanannya yang berbeda dari lembaga keuangan pada umumnya yaitu pelayanan dengan basis kekeluargaan. Pelayanan semacam ini tidak bisa didapatkan di bank, perbedaannya adalah jika di bank pegawai sopan, ramah, murah senyum sehingga terlihat jelas batas antara pegawai dan nasabah, sedangkan jika di BMT memang sama-sama pegawai sopan, ramah dan murah senyum akan tetapi antara pegawai dan nasabah tidak ada batasan, jadi lebih mudah menciptakan obrolan yang bersahabat diantara nasabah dan pegawai. Hal ini memberikan penjelasan bahwasanya, pelayanan yang diterapkan di BMT Muamalat Limpung Batang dimata nasabah telah sesuai dengan enam dimensi kualitas pelayanan. Enam dimensi kualitas pelayanan yaitu *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *emphaty* dan *responsiveness*

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, tiga hal tersebut menjadi faktor minat nasabah terhadap pembiayaan di BMT Muamalat Limpung Batang, dan demikian juga hampir semua Lembaga Keuangan Syariah di dunia didominasi dengan produk pembiayaan. Hal ini terjadi karena sistem

pembiayaan lebih mudah dimengerti oleh masyarakat dan para pegawai lembaga itu sendiri yang kebanyakan mereka telah mengenal akrab dengan (sahabat) bunga sistem bagi hasil sedikit sekali diterapkan.

Jadi, dari ketiga faktor tersebut merupakan acuan minat para nasabah terhadap pembiayaan di BMT Muamalat Limpung Batang. Diantaranya pengetahuan terhadap produk pembiayaan, pengetahuan ini meliputi kategori produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk. Bila BMT Muamalat Limpung dapat memahami tentang pengetahuan produk dengan baik dan benar maka BMT Muamalat akan mudah mengonfirmasi kepada nasabah untuk memastikan produk pembiayaan tersebut. Kedua, promosi yang memberitahu nasabah tentang ketersediaan produk pembiayaan yang ada di BMT Muamalat Limpung dan harga yang tepat pula. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Yang ketiga, pelayanan dengan mutu baik dapat memberikan kepuasan yang baik pula bagi nasabahnya, sehingga nasabah dapat lebih merasa diperhatikan akan keberadaannya oleh pihak lembaga.

2. Analisis Faktor yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah terhadap pembiayaan di BMT

Untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah terhadap pembiayaan peneliti melakukan wawancara terhadap manajer BMT Muamalat Limpung dan melakukan wawancara terhadap beberapa nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian dapat saya analisis bahwasanya Kebanyakan minat nasabah yang melakukan pembiayaan di BMT Muamalat Limpung Batang dipengaruhi oleh faktor pelayanan, untuk bentuk pelayanan yang diberikan BMT Muamalat Limpung Batang kepada nasabah sesuai standar pelayanan yang ramah-tamah, sikap sopan dan santun dari karyawan

kepada nasabah, mengerti karakter nasabah, jadi hal tersebut bisa menyesuaikan ketika memberikan pelayanan, menghargai nasabah, tidak memakai nada tinggi dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, penampilan rapi dan menarik, memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah dan pelayanan yang diberikan harus cepat serta tepat. Pelayanan sesuai prosedur yang diberikan merupakan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang baik dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Upaya dari pelayanan yang diterapkan di BMT Muamalat Limpung Batang adalah pelayanan yang sesuai standar dimana sikap yang ramah tamah, sopan santun, pelayanan yang cepat dan tepat, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, penampilan yang menarik dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah BMT Muamalat Limpung Batang bapak Asmani mengatakan pelayanannya bagus beliau senang ketika melakukan pembiayaan. Karyawan juga saling berbaaur seperti saudara sendiri dan pelayanannya juga cepat. Hal sama dirasakan oleh bapak Samsudin nasabah BMT Muamalat Limpung bapak samsudin mengatakan sangat baik dibanding lembaga lain karena karyawan disini ramah tamah. Semua karyawan sopan, kalau datang langsung disapa dan tidak segan mengajak saya bercanda. Pelayanannya pun cepat. Hal sama juga dirasakan oleh bapak Muhammad Zaenuri beliau mengatakan kinerjanya cepat dan tepat, komunikasi karyawan dengan beliau pun bagus dalam berkomunikasi, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, karyawan yang bertugas dapat dipercaya dan baik. Setiap beliau memiliki masalah pasti dibantu dan diperhatikan. Dari penjelasan Bapak Samsudin dan Zaenuri tersebut, dapat diketahui bahwa beliau mendapatkan pelayanan yang sangat baik di banding lembaga lain karena karyawan bersikap ramah dan sopan santun. Pelayanan yang diberikan juga cepat. Dan

penjelasan Bapak Fathurrohman dapat diketahui bahwa beliau mendapatkan pelayanan yang bagus dan mudah. Sikap karyawan ramah dan selalu senyum, berbicara sopan dan perhatian terhadap permasalahan yang di hadapi oleh Bapak Zaenuri.

Aspek pelayanan tersebut sangatlah berkait erat dan memberikan dampak yang positif pada kepuasan nasabah pembiayaan yang ada di BMT Muamalat Limpung Batang. Dimana pelayanan tersebut mampu untuk mempertahankan dan menambah jumlah nasabah meski tidak dalam jumlah yang sangat banyak. Pelayanan tersebut cukup efektif dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Bentuk pelayanan yang dirasakan oleh nasabah memberikan respon yang positif, sehingga mampu menciptakan rasa puas nasabah.

