

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Objek Penelitian**

##### **1. Profil KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara**

KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara terletak di Jl. Wahid Hasyim No. 133 Jepara. Anggota pendiri sebanyak 26 orang dengan membayar simpanan pokok pendiri sebesar Rp. 1.000.000,- yakni terkumpul modal awal sebesar Rp. 26.000.000,- dengan 2 karyawan dan menempati sebuah ruang ukuran 3x3 m2. BMT USA mengawali operasinya pada tanggal 12 Desember 2007 menggunakan dana sisa untuk membayar sewa tempat dan peralatan kantor sekitar Rp. 8.000.000.

Maka dari itu dengan keterbatasan modal awal yang disalurkan, maka produk pembiayaan yang ada yaitu pembiayaan mingguan agar dana yang dimiliki dapat berputar dengan cepat.

Alhamdulillah, atas kepercayaan masyarakat, Perbankan, Pemerintah melalui Dinas dan Kementerian Keuangan PIP, Jaringan Perhimpunan dan Asosiasi, kekompakan manajemen dan team pengelola, diusia yang ke-13 BMT USA telah memiliki anggota dan calon anggota sebanyak 18 ribu orang dan mengelola aset 51 M yang terdiri dari modal sendiri, simpanan sukarela dari anggota dan pembiayaan dari pihak ketiga, memiliki 10 kantor cabang serta 54 pengelola. Pengelolaan dana ZIS kurang lebih 350 juta di tahun 2020.

BMT USA dalam reestranya mempunyai target aset sebesar 100 M di tahun 2022 dan memiliki 20 kantor cabang serta dapat beroperasi di wilayah provinsi Jawa Tengah. Dengan berkembangnya lembaga, maka Dana Maal juga akan berkembang sehingga kegiatan Maal juga akan lebih banyak dan memberikan manfaat kepada orang-orang yang membutuhkan. Dimana BMT USA dengan Motto Bersama Ummat Raih Sejahtera.<sup>1</sup>

##### **2. Sejarah Berdirinya KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara**

Berdirinya KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara dipelopori dan dirintis oleh alumni pelatihan MHMMD. Pelatihan MHMMD adalah pelatihan untuk memotivasi diri dalam mengelola hidup dan merencanakan masa depan yang

---

<sup>1</sup> Dokumentasi Buletin KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

diselenggarakan oleh PP. LPNU bekerjasama dengan ICMI Pusat bertempat di Hotel Merdeka Pati dan pesertanya yaitu terdiri dari perwakilan badan otonom NU dan pesantren sekarisidenan Pati serta Demak. Ketua panitia dari pelatihan ini adalah Gus Rozin putra dari KH. Sahal Mahfudz Kajen Pati sekaligus menjadi pendamping berdirinya BMT-BMT alumni dari pelatihan tersebut.

Proses berdirinya BMT USA Jepara terbagi dalam tiga tahap yaitu *pertama*, tahap perintisan oleh alumni pelatihan MHMMMD yang terdiri dari Drs. H. Mustaqim Umar, MM, Drs. Miftahurroqib. S.Ag, M. Jauharuddin, S.Sos.I, Ruhaniyah dan Agus Supriyono. *Kedua*, tahap pendirian yang mana tahap pembentukan kepengurusan dan perekrutan pengelola dengan tindak lanjut berbagai pelatihan dan magang. *Ketiga*, tahap pengoperasian yang mana tahap perekrutan anggota sebagai syarat menjadi sebuah koperasi sebagai badan hukum, yang akhirnya disebut sebagai anggota pendiri yang terdiri dari 26 orang. Dan selanjutnya ada tahap penguatan, yang mana dalam tahap ini adalah tahap perekrutan anggota sebagai pengawas syariah.

Proses selanjutnya untuk mendapatkan badan hukum, yaitu dengan mengajukan akta pendirian ke notaris pada hari Rabu 10 Oktober 2007 dan mendapatkan badan hukum dari Dinas Koperasi pada 25 Oktober 2007, dimana diperingati sebagai hari lahir KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jeparadan mulai beroperasi pada 12 Desember 2007. Sebagai Lembaga Keuangan Syariah bernama Baitul Maal Wa Tamwil yang berbadan Hukum Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah, maka karakteristik gerakan dakwah melekat dalam setiap muamalah.<sup>2</sup>

### **3. Visi dan Misi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara**

#### **a. Visi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara**

Adapun visi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara yaitu “Bersama Ummat Raih Sejahtera”.

#### **b. Misi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara**

Adapun misi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara yaitu sebagai berikut:

1. Melakukan jasa layanan penguatan modal dan pembiayaan kebutuhan anggota dan calon anggota berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

---

<sup>2</sup> Dokumentasi Buletin KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

2. Melakukan jasa perencanaan keuangan anggota dan calon anggota melalui produk-produk simpanan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.
  3. Melakukan gerakan dakwah dan keagamaan melalui kegiatan ekonomi syariah.
  4. Partisipasi aktif dalam membangun masyarakat menjadi produktif.
  5. Partisipasi aktif dalam mensejahterakan dan meningkatkan sumber daya masyarakat.<sup>3</sup>
- 4. Susunan Organisasi KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara**

Berdasarkan data yang peneliti peroleh pada saat kegiatan penelitian dilakukan, bahwa susunan kepengurusan dari KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara masa bhakti 2017-2022 yaitu Pengawas Syariah, Pengawas, Pengurus meliputi Ketua, Wakil Ketua, Wakil Ketua, Sekretaris, dan Bendahara, Pengelola meliputi Manager, Kabag Adum, Rumah Tangga dan Asset, Kabag SDM dan LITBANG, Kabag SPI dan IT, Kabag Pembiayaan dan Pendampingan, Kabag Akunting dan Keuangan, Kabag Simpanan dan Maal.

Sedangkan untuk susunan struktur organisasi seluruh kantor cabang yang dimiliki oleh KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara yaitu sebagai berikut:<sup>4</sup>

**Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Kantor Cabang KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi**



<sup>3</sup> Dokumentasi dokumen KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

<sup>4</sup> Dokumentasi dokumen KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

## 5. Produk-Produk KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara

KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara mempunyai berbagai macam produk yang ditawarkan yaitu sebagai berikut:

### a. Produk-produk Simpanan

#### 1. SI SELA (Simpanan Sejahtera Lancar)

Simpanan Sejahtera Lancar merupakan produk simpanan yang diperuntukkan bagi anggota untuk memberikan kemudahan pengelola dana usaha atau dana lainnya yang tidak adanya batasan waktu dalam melakukan setoran dana maupun penarikan dana dengan terjaminnya dana anggota.

Ketentuan dan keunggulan SI SELA adalah sebagai berikut:

- a. Dalam pembukaan buku tabungan atau rekening simpanan ini dilakukan dengan membayar setoran awal minimal Rp 10.000 yang selanjutnya dengan minimal Rp 5.000, membayar simpanan pokok sebesar Rp 10.000, dan simpanan wajib sebesar Rp 12.000 untuk satu tahun dimana dikenakan biaya Rp 1.000 dibayarkan setiap satu bulan yang dapat diambil jika sudah tidak jadi menjadi anggota lagi.
- b. Untuk simpanan Si Sela ini dikenakan potongan administrasi sebesar Rp 250 per bulan.
- c. Transaksi setoran dana serta penarikan dana dapat dilakukan setiap waktu pada jam kerja di semua kantor cabang BMT Ummat Sejahtera Abadi.
- d. Nisbah bagi hasil yang diperoleh yaitu sebesar 10% : 90% atau setara dengan  $\pm 2\%$  per tahun.
- e. Anggota memiliki peluang untuk mendapatkan program khusus Harlah berupa undian berhadiah maupun wisata religi yang dilakukan setiap tahunnya.<sup>5</sup>

#### 2. SI SEKOLAH (Simpanan Sejahtera Sekolah)

Simpanan Sejahtera Sekolah merupakan simpanan bertujuan terjaminnya keamanan pengelolaan dana dari tabungan siswa serta memberikan motivasi dan edukasi kepada siswa dalam pengelolaan keuangan

---

<sup>5</sup> Dokumentasi brosur KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

melalui rajin menabung, yang mana simpanan ini ditujukan bagi Lembaga Pendidikan.

Ketentuan dan keunggulan SI SEKOLAH adalah sebagai berikut:

- a. Setoran awal dapat dilakukan dengan membayar minimal sebesar Rp 10.000 dan setoran seterusnya minimal Rp 100.000.
  - b. Dalam melakukan transaksi dapat dilakukan sewaktu-waktu sedangkan untuk penarikan dana hanya dapat dilakukan maksimal 4 kali dalam setahun.
  - c. Nisbah bagi hasil yang diperoleh sebesar 15% : 85% atau setara dengan  $\pm 3\%$  per tahunnya.
  - d. Fasilitas yang diperoleh oleh Lembaga adalah buku tabungan siswa (gratis) sesuai jumlah siswa yang menabung.
  - e. Bagi siswa yatim atau miskin akan memperoleh beasiswa/santunan melalui Lembaga Baitul Maal El-Mazis, dan
  - f. Mendapatkan penghargaan berupa trophy bagi siswa yang berprestasi.<sup>6</sup>
3. SI RADIK (Simpanan Sejahtera Pendidikan)

Simpanan Sejahtera Pendidikan merupakan simpanan tujuannya memberikan jaminan biaya Pendidikan kepada anaknya guna mendapatkan masa depan yang cerah melalui setoran secara teratur yang dibayarkan setiap bulan. Simpanan ini diperuntukkan bagi orang tua.

Ketentuan dan keunggulan SI RADIK sebagai berikut:

- a. Usia anak yang didaftarkan yaitu berusia 0-14 tahun.
- b. Waktu kontrak 4-18 tahun menurut usia anak.
- c. Jumlah setoran simpanan yang diberikan setiap bulannya sesuai dengan kelas, dimana Kelas A dengan jumlah setoran tiap bulan sebesar Rp 100.000 dan Kelas B dengan jumlah setoran tiap bulan sebesar Rp 50.000.
- d. Nisbah simpanan yang diperoleh sebesar 55% : 45% atau setara dengan  $\pm 11\%$  pertahunnya.
- e. Anggota memperoleh bonus tahunan, bonus tahapan setiap kenaikan jenjang Pendidikan serta

---

<sup>6</sup> Dokumentasi brosur KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

- pengambilan simpanan di akhir kontrak yang lebih besar.
- f. Apabila setoran putus sebelum kontrak terselesaikan, maka simpanan tersebut akan diberikan kembali dengan utuh, yang mana dikurangkan dengan bonus tahapan yang diterima sebelumnya.<sup>7</sup>
4. **SI RADIK PLUS (Simpanan Sejahtera Pendidikan Plus)**  
 Simpanan ini pada dasarnya sama seperti simpanan SI RADIK, namun dengan perbedaan cara investasi dilakukan di awal kontrak.  
 Ketentuan dan keunggulan dari simpanan ini adalah sebagai berikut:
- a. Simpanan atau setoran dilakukan di awal pendaftaran.
  - b. Besaran jumlah simpanan yang disetorkan sesuai dengan masing-masing kelas, dimana Kelas A dengan jumlah simpanan sebesar Rp 10.000.000 dan Kelas B dengan jumlah simpanan sebesar Rp 5.000.000.
  - c. Untuk jangka waktu kontrak simpanan selama 3 tahun dan 6 tahun.
  - d. Nisbah simpanan yang diperoleh sebesar 52% untuk jangka waktu simpanan 6 tahun dan 45% untuk jangka waktu simpanan 3 tahun.
  - e. Anggota simpanan akan memperoleh beasiswa Pendidikan setiap semester dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel 4. 1 Estimasi Perolehan Simpanan Sejahtera Pendidikan Plus**

Nominal	3 tahun		6 tahun	
	Semester Genap	Semester Ganjil	Semester Genap	Semester Ganjil
5.000.000	100.000 (3x)	450.000 (3x)	100.000 (6x)	450.000 (6x)
10.000.000	200.000 (3x)	900.000 (3x)	200.000 (6x)	900.000 (6x)

<sup>7</sup> Dokumentasi brosur KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

f. Pada akhir kontrak, anggota simpanan akan menerima dana utuh yang telah disetorkan di awal kontrak ditambah dengan hadiah yang menarik.<sup>8</sup>

5. SI HARYA (Simpanan Hari Raya Sejahtera)

Simpanan Hari Raya Sejahtera merupakan produk simpanan yang diperuntukkan bagi perorangan atau individu, kelompok ataupun perusahaan dalam mempersiapkan kebutuhan hari raya atau Tunjangan Hari Raya (THR) bagi perusahaan.

Ketentuan dan keunggulan dari simpanan ini adalah sebagai berikut:

- a. Jumlah setoran simpanan minimal sebesar Rp 10.000 di awal pendaftaran dan seterusnya minimal sebesar Rp 5.000.
- b. Setoran dapat dimulai setiap waktu tanpa harus dimulai saat setelah lebaran atau hari raya.
- c. Setoran dana simpanan dapat dilakukan sewaktu-waktu sedangkan untuk penarikan simpanan dilakukan sebelum hari raya atau bulan Ramadhan, kecuali dana yang tersimpan dapat menyesuaikan.
- d. Nisbah bagi hasil simpanan yang diperoleh sebesar 15% : 85% atau setara dengan  $\pm 3\%$  per tahun.
- e. Bingkisan atau parcel lebaran dibagikan setiap anggota sesuai dengan saldo rata-rata yang dimiliki.

6. SI SENA (Simpanan Sejahtera Rencana)

Simpanan Sejahtera Rencana merupakan produk simpanan yang dengan rencana untuk membangun rumah, menikah, pembelian mobil, berangkat Umroh maupun Haji, dan perencanaan yang lainnya serta investasi dengan menggunakan konsep dana pasti secara bertahap atau angsuran. Simpanan ini ditujukan bagi perorangan maupun perusahaan.

Ketentuan dan keunggulan Si Sena adalah sebagai berikut:

- a. Jumlah setoran simpanan dibayarkan dengan nominal yang tetap setiap bulannya sesuai dengan kelas.
- b. Jangka waktu simpanan kontrak 3-5 tahun.
- c. Dana yang disimpan hanya dapat ditarik apabila waktu kontrak telah selesai sesuai dengan kesepakatan di awal.

---

<sup>8</sup> Dokumentasi brosur KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

- d. Nisbah simpanan yang diperoleh sebesar 45% : 55% atau setara dengan  $\pm 9\%$  per tahun.
- e. Simpanan dapat dijadikan sebagai agunan pembiayaan.
- f. Anggota akan menerima simpanan sesuai dengan jumlah yang telah disetorkan ditambah dengan keuntungan dan mendapatkan hadiah menarik di akhir kontrak, dengan perkiraan sebagai berikut:<sup>9</sup>

**Tabel 4. 2 Estimasi Perolehan Simpanan Sejahtera Rencana**

Nominal	Jumlah Simpanan			Perkiraan Penerimaan Simpanan		
	3 tahun	4 tahun	5 tahun	3 tahun	4 tahun	5 tahun
100.000	3.600.000	4.800.000	6.000.000	4.006.135	5.534.313	7.170.359
200.000	7.200.000	9.600.000	12.000.000	8.012.271	11.068.627	14.340.718
300.000	10.800.000	14.400.000	18.000.000	12.018.406	16.602.940	21.511.077
400.000	14.400.000	19.200.000	24.000.000	16.024.541	22.137.254	28.681.435
500.000	18.000.000	24.000.000	30.000.000	20.030.676	27.671.567	35.851.794
1.000.000	36.000.000	48.000.000	60.000.000	40.061.353	55.343.134	71.703.589

#### 7. SI SENA PLUS (Simpanan Sejahtera Rencana Plus)

Simpanan Sejahtera Rencana Plus merupakan produk yang pada dasarnya sama dengan SI SENA, dengan perbedaan investasi dengan menggunakan konsep dana pasti yang dilakukan setoran di awal kontrak.

Ketentuan dan keunggulan yang diperoleh dari produk Si Sena Plus sebagai berikut:

- a. Setoran simpanan dilakukan satu kali pada saat di awal kontrak dengan nominal yang telah ditentukan atau sesuai jangka waktu.
- b. Jangka waktu simpanan dapat dilakukan 3-5 tahun.

<sup>9</sup> Dokumentasi brosur KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.



- c. Dana yang disimpan hanya dapat diambil apabila waktu kontrak telah selesai sesuai dengan kesepakatan di awal.
- d. Nisbah simpanan yang diperoleh sebesar 55% : 45% atau setara dengan  $\pm 10\%$  per tahun.
- e. Simpanan dapat dijadikan sebagai agunan pembiayaan.
- f. Anggota akan menerima simpanan sesuai dengan jumlah yang telah disetorkan ditambah dengan keuntungan dan mendapatkan hadiah menarik di awal kontrak simpanan, dengan perkiraan yang akan diperoleh sebagai berikut:<sup>10</sup>

**Tabel 4. 3 Estimasi Perolehan Simpanan Sejahtera Rencana Plus**

Nominal	Perkiraan Jumlah Simpanan Diterima		
	3 tahun	4 tahun	5 tahun
1.000.000	1.224.969	1.357.540	1.504.459
2.000.000	2.449.939	2.715.081	3.008.918
5.000.000	6.124.847	6.787.702	7.522.295
10.000.000	12.249.693	13.575.404	15.044.589
15.000.000	18.374.540	20.363.106	22.566.884
20.000.000	24.499.386	27.150.809	30.089.179
50.000.000	61.248.465	67.877.022	75.222.947

8. SI RAKA (Simpanan Sejahtera Berjangka)

Simpanan Sejahtera Berjangka merupakan produk simpanan berjangka yang diperuntukkan bagi perorangan maupun perusahaan untuk memperoleh hasil investasi dalam pilihan jangka waktu yang tidak lama. Ketentuan dan keunggulan dari simpanan ini adalah sebagai berikut:

- a. Setoran simpanan minimal sebesar Rp 1.000.000
- b. Setoran simpanan dilakukan satu kali di awal kontrak dengan jangka waktu kontrak simpanan 3, 6 dan 12 bulan.
- c. Nisbah bagi hasil simpanan yang diperoleh sesuai dengan masing-masing jangka waktu, yaitu:

<sup>10</sup> Dokumentasi brosur KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

- Si Raka dengan jangka waktu 3 bulan akan memperoleh nisbah simpanan sebesar 35% : 65% atau setara dengan  $\pm 7\%$  per tahun
  - Si Raka dengan jangka waktu 6 bulan akan memperoleh nisbah simpanan sebesar 40% : 60% atau setara dengan  $\pm 8\%$  per tahun
  - Si Raka dengan jangka waktu 12 bulan akan memperoleh nisbah simpanan sebesar 55% : 45% atau setara dengan  $\pm 11\%$  per tahun.
- d. Warkat Si Raka dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan.
- e. Manfaat bagi hasil dari simpanan akan dibagikan setiap bulan.<sup>11</sup>
9. SI RAKA PLUS (Simpanan Sejahtera Berjangka Plus)
- Simpanan Sejahtera Berjangka Plus merupakan produk simpanan yang diperuntukkan bagi perorangan atau perusahaan guna mendapatkan hasil investasi yang menarik pada saat awal kontrak.
- Ketentuan dan keunggulan dari simpanan ini adalah sebagai berikut:
- a. Setoran di awal kontrak dengan jumlah minimal sebesar Rp 50.000.000.
  - b. Setoran dilakukan satu kali di awal kontrak dengan jangka waktu 40 bulan.
  - c. Manfaat investasi diterima di awal kontrak berupa hadiah sepeda motor atau hadiah lainnya yang senilai jumlah simpanan.
  - d. Pada saat kontrak telah selesai, anggota hanya mendapatkan jumlah dana simpanan dengan utuh tanpa adanya nisbah.
  - e. Warkat Si Raka dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan.

10. Simpanan Syari'ah ASKOWANU

Simpanan Syari'ah ASKOWANU merupakan produk simpanan bersama koperasi-koperasi yang tergabung dalam ASKOWANU atau Asosiasi Koperasi Syari'ah Warga Nahdhatul Ulama. Simpanan ini sama seperti dengan Simpanan Sejahtera lancar, yaitu produk simpanan yang diberikan bagi anggota untuk memberikan kemudahan pengelola dana usaha atau dana

---

<sup>11</sup> Dokumentasi brosur KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

lainnya yang tidak adanya batasan waktu dalam melakukan setoran dana maupun penarikan dana dengan terjaminnya dana anggota.

#### 11. Simpanan Eksklusif Berhadiah (SEB)

Simpanan Eksklusif Berhadiah (SEB) merupakan produk simpanan yang ditawarkan oleh BMT USA kepada masyarakat dengan memiliki program baru yang mana simpanan ini mendapatkan hadiah melalui pengundian yakni berupa emas dan sepeda motor. Ketentuan program dari Simpanan Eksklusif ini adalah sebagai berikut:

- a. Penempatan dana sebesar Rp. 25 Juta
  - b. Masa simpanan (blokir) selama 12 bulan (berlaku kelipatannya)
  - c. 50 hadiah untuk 50 peserta
  - d. Peserta akan diikutkan dalam gathering dan pengundian
  - e. Pengundian dilakukan setiap 50 peserta<sup>12</sup>
- b. Produk-produk Pembiayaan
1. Pembiayaan Modal Usaha

Pembiayaan modal kerja pada BMT Ummat Sejahtera Abadi merupakan pendanaan yang diberikan BMT Ummat Sejahtera Abadi kepada anggota maupun calon anggota untuk pengadaan barang dagangan maupun bahan baku untuk diperdagangkan yang digunakan dalam jangka pendek dengan tujuan memberikan kemudahan anggota agar usaha yang dijalankan dapat mengalami peningkatan dan perkembangan.

#### 2. Pembiayaan Multi Jasa

Pembiayaan multiguna merupakan pendanaan yang diberikan BMT Ummat Sejahtera Abadi kepada anggota maupun calon anggota untuk melakukan pembelian barang atau jasa yang bersifat konsumtif dengan kesesuaian prinsip Syariah. BMT Ummat Sejahtera Abadi memberikan pembiayaan multiguna kepada anggota seperti untuk pembelian motor, pembelian rumah, dan lain sebagainya. Pembiayaan ini paling sering digunakan karena prosesnya yang cepat dan mudah dengan syarat adanya jaminan yang berupa BPKB kendaraan bermotor, Sertifikat tanah kosong dan atau

---

<sup>12</sup> Dokumentasi brosur KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

tanah kosong beserta bangunan, dan lain-lain sesuai dengan nominal yang diajukan kepada BMT.

### 3. *Rahn/Gadai Emas*

BMT USA Gadai Emas merupakan produk pembiayaan yang ditawarkan oleh KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi dengan jaminan berupa emas (emas perhiasan maupun emas batangan) yang digunakan untuk memperoleh pinjaman uang tunai dengan cepat dan terima utuh tanpa potongan administrasi, serta sistem pembayaran dilakukan dua minggu satu kali. Dengan manfaat dan keunggulan di dalam produk gadai emas BMT USA meliputi jaminan emas tersimpan dengan aman, satu hari langsung cair serta berkah sesuai syariah.<sup>13</sup>

## B. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan pada saat kegiatan penelitian di dua cabang serta kantor pusat KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara, maka peneliti memaparkan deskripsi data penelitian yang diperoleh dari hasil metode observasi, metode wawancara, dan metode dokumentasi dibawah ini sebagai berikut:

### 1. Strategi pengembangan produk gadai emas di KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara

Gadai emas di BMT USA merupakan pengembangan produk yang menyesuaikan pasar. Sesuai yang dikatakan oleh Andi Khakimul Khoir selaku Kepala Pembiayaan dan Pendampingan menjelaskan bahwa:

“Terkait dengan produk gadai emas di KSPPS BMT USA adalah produk baru, pengembangan dari produk-produk yang sudah ada terkait dengan produk-produk pembiayaan kita selalu menyesuaikan pasar, pangsa pasar yang ada. Tapi sesuai dengan perkembangan zaman, kondisi di lapangan atau kondisi di masing-masing regional kantor itu ternyata minat anggota untuk menggadaikan emasnya itu cukup lumayan. Jadi itu peluang bisnis untuk kita untuk mengembangkan produk gadai emas yang ada di BMT USA”.<sup>14</sup>

<sup>13</sup> Dokumentasi brosur KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

<sup>14</sup> Andi Khakimul Khoir, wawancara oleh penulis, 7 Maret, 2022, wawancara 7, transkrip.

Untuk mengetahui gambaran produk gadai emas yang ada di BMT USA yaitu dipaparkan oleh Andi Khakimul Khoir selaku Kepala Pembiayaan dan Pendampingan menjelaskan bahwa:

“Dimulai tahun 2019, 3 tahun jalan. 2019 awal kita luncurkan mengalami stagnan. Pada awal mula produk gadai emas ini kita referensinya dari BSI ex Mandiri Syariah, kita mencoba belajar dari sana dan dapat ilmu terkait dengan taksir gadai emas, mengidentifikasi keaslian emas, terkait dengan jenis-jenis emas. Sempat mengalami stagnan karena alat kurang support”.<sup>15</sup>

Hal senada juga dikatakan oleh Rizka Rahmadhani selaku Kepala Cabang Suwawal Timur mengatakan bahwa:

“2019 sudah ada, tapi pakai sistem yang diberikan dari pusat itu baru tahun 2021. Dulu itu emas masih dijadikan agunan seperti pembiayaan biasa. Gadai emas disini kita coba untuk memperluas pasar aja, soalnya kan persaingan juga ada dari BMT sama lembaga-lembaga lainnya kan tingkat persaingannya tinggi. Dan adanya produk gadai emas juga mempermudah masyarakat dalam memilih produk kita”.<sup>16</sup>

Muhammad Nawawi selaku Kepala Cabang Nalumsari mengatakan bahwa:

“Untuk di kantor Nalumsari tersendiri, bagian gadai emas itu memang salah satu andalan dari BMT USA di cabang Nalumsari. Kita ada produk gadai emas itu aslinya malah memudahkan, tapi kebanyakan emasnya sudah ditaruh ke pegadaian semua. Gadai emas bisa dikatakan sebagai produk pelengkap dari produk-produk pembiayaan yang lainnya. Kita di tahun ini memang digencarkan di pembiayaan supaya ada portofolio dari gadai emas, dan menurut saya itu sangat membantu sekali. Soalnya proses gadai emas ini cepet, dikatakan 5 menit bisa cair”.<sup>17</sup>

Untuk fitur gadai emas di BMT USA pada tahun 2021 ini plafond yang diberikan antara 50%-90% dari nilai taksir harga

---

<sup>15</sup> Andi Khakimul Khoir, wawancara oleh penulis, 7 Maret, 2022, wawancara 7, transkrip.

<sup>16</sup> Rizka Rahmadhani, wawancara oleh penulis, 17 Februari, 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>17</sup> Muhammad Nawawi, wawancara oleh penulis, 25 Februari, 2022, wawancara 6, transkrip.

emas. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Rizka Rahmadhani selaku Kepala Cabang Suwawal Timur mengatakan bahwa:

“Kalau ada kode disesuaikan dihitung tabel pihak pusat, tapi kalau emas daerah disini kebanyakan tidak masuk di tabel, kalau saya mengikuti tabel itu saya sudah menolak banyak orang nanti. Itu saya biasanya ambil 50% aja buat cari amannya. Tapi kalau memang tidak ada di tabel, kalau kita paham orangnya, sudah tau karakter orangnya, dan bagus pembayarannya memang sekitar 60%-70% kita masih berani”.<sup>18</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Barik Hayati selaku Teller Kantor Cabang Suwawal Timur mengatakan bahwa:

“Kalau disini lebih seringnya emas perhiasan, dan biasanya emas perhiasan kan ada kodenya. Kemudian kode dari emas dicari dalam kode yang dikasih dari kantor pusat, kalau misalnya emas perhiasannya tidak ada kodenya seperti yang terdaftar, maka kita pakai 50% dari nilai taksiran. Untuk gadai emas maksimal jangka waktunya selama 4 bulan.”<sup>19</sup>

Sedangkan Andi Khakimul Khoir selaku Kepala Pembiayaan dan Pendampingan menjelaskan bahwa:

“Kalau misalkan ada orang yang gadai emas kita berikan plafond 70%-80% dari harga emas itu, yang penting ada suratnya. Kalau mau gadai emas bisa langsung datang ke kantor dan hari itu juga langsung cair dan tanpa potongan. Sistem pembayarannya titip jasanya itu 2 minggu sekali tapi bisa langsung dibayarkan satu bulan”.<sup>20</sup>

Nur Kholis sebagai Marketing Kantor Cabang Nalumsari menjelaskan bahwa:

“Gadai emas itu tidak ada administrasi yang pertama, yang kedua pemberian dana berani sampai 80%-90% dari harga jual emas itu sendiri dan jangka waktunya relatif lebih

---

<sup>18</sup> Rizka Rahmadhani, wawancara oleh penulis, 17 Februari, 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>19</sup> Barik Hayati, wawancara oleh penulis, 16 Februari, 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>20</sup> Andi Khakimul Khoir, wawancara oleh penulis, 7 Maret, 2022, wawancara 7, transkrip.

pendek soalnya 2 minggu sekali membayar iuran titipan emas tersebut”.<sup>21</sup>

Strategi dalam mengembangkan produk gadai emas yang digunakan oleh BMT USA yaitu memberikan akses kemudahan dalam menggunakan produk gadai emas. Seperti yang dijelaskan oleh Andi Khakimul Khoir selaku Kepala Pembiayaan dan Pendampingan menjelaskan bahwa:

“Karena kita mengacu pada lembaga lain, kompetitor kita ada yang sukses dengan produk gadai emas, di salah satu BMT juga, ternyata mereka menggunakan sistem seperti itu diberikan akses kemudahan dan tidak terlalu ribet. Intinya ada emas dan suratnya begitu”.<sup>22</sup>

Muhammad Nawawi selaku Kepala Cabang Nalumsari mengatakan bahwa:

“Untuk penyempurnaan produk, sebelum atau istilahnya di pasarkan produk itu sudah “digodhog” dulu. Kita ada dewan syariah, ada pengurus yang memang sudah siap untuk dipasarkab dan tahapan-tahapan tersendiri. Sedangkan untuk potongan administrasi yang dihapuskan itu kita adakan istilahnya untuk menarik masyarakat agar pindah menggadaikan emasnya ke BMT”.<sup>23</sup>

Rizka Rahmadhani selaku Kepala Cabang Suwawal Timur juga menjelaskan bahwa:

“Penyempurnaan persamaan di bagi hasil. Dulu kan emas emang sudah ada tapi kebanyakan masih dipakai buat angsuran seperti biasa, cuma dijadikan agunan. Kalau yang mulai di 2021 sudah ditentukan dengan kode. Kalau untuk evaluasi, saat ini belum ada evaluasi lagi dari pusat, tapi kemarin tahun 2021 ada banyak evaluasi mengenai bagi hasil kemarin ada admin sekarang bagi hasilnya diubah tanpa admin”.<sup>24</sup>

Hal tersebut juga disampaikan oleh Barik Hayati selaku Teller Kantor Cabang Suwawal Timur mengatakan bahwa:

---

<sup>21</sup> Nur Kholis, wawancara oleh penulis, 23 Februari, 2022, wawancara 4, transkrip.

<sup>22</sup> Andi Khakimul Khoir, wawancara oleh penulis, 7 Maret, 2022, wawancara 7, transkrip.

<sup>23</sup> Muhammad Nawawi, wawancara oleh penulis, 25 Februari, 2022, wawancara 6, transkrip.

<sup>24</sup> Rizka Rahmadhani, wawancara oleh penulis, 17 Februari, 2022, wawancara 2, transkrip.

“Untuk kita strateginya mempermudah dalam hal pelayanan, misalnya orangnya tidak bisa datang ke kantor bisa lewat *WhatsApp* dulu untuk bisa dilayani misalnya pembiayaan dimaksimalkan dipelayanan. Dan juga dulu untuk gadai emas pernah ada administrasinya, tapi sekarang dihilangkan administrasinya”.<sup>25</sup>

Strategi pengembangan produk gadai emas di BMT USA yaitu salah satunya mempunyai tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Sesuai dengan yang disampaikan oleh Muhammad Nawawi selaku Kepala Cabang Nalumsari mengatakan bahwa:

“Untuk pengembangan kita faktornya dari masyarakat, ada masukan-masukan dari anggota dan kita bicarakan ke pusat kemudian kita rapatkan. Atau bisa dikatakan kita memenuhi kebutuhan masyarakat”.<sup>26</sup>

Kendala dalam melakukan pengembangan produk gadai emas yang dialami oleh BMT USA yaitu mengenai alat-alat untuk gadai emas serta pemahaman dalam taksir nilai gadai emas. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Muhammad Nawawi selaku Kepala Cabang Nalumsari mengatakan bahwa:

“Gadai emas sudah ada 3 tahunan, tapi kita masih belum berani, karena alat-alat yang kita siapkan masih belum memenuhi standar. kemarin sempat stagnan karena ada kasus tipu emas palsu, jadi belum berani memasarkan lagi, tahun 2021 aktif lagi, disemua cabang sudah disuruh mempromosikan produk gadai emas”.<sup>27</sup>

Hal tersebut juga disampaikan oleh Andi Khakimul Khoir selaku Kepala Pembiayaan dan Pendampingan menjelaskan bahwa:

“Tahun 2019 awal kita luncurkan mengalami stagnan, sempat stagnan karena alat kurang *support* seperti alat kaca pembesar yang kita beli itu tidak bisa mengidentifikasi secara jernih emas tersebut, dari lapangan mengalami kebingungan kaitannya dengan mengidentifikasi emas itu bagaimana atas perbedaan dari

---

<sup>25</sup> Barik Hayati, wawancara oleh penulis, 16 Februari, 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>26</sup> Muhammad Nawawi, wawancara oleh penulis, 25 Februari, 2022, wawancara 6, transkrip.

<sup>27</sup> Muhammad Nawawi, wawancara oleh penulis, 25 Februari, 2022, wawancara 6, transkrip.



kode-kode dari emas, saat itu 2019 cuma jalan sekitar kurang lebih 1 tahun, maka dari itu kita tahun 2020 vakum. Tahun 2021 kurang lebihnya bulan Agustus kemarin kita mulai lagi dengan skema yang berbeda, lebih praktis lebih efisien dan produktif dengan cara kita tidak usah terpatok pada jenis kode dan yang lain. Kita utamanya praktis saja”.<sup>28</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh Rizka Rahmadhani selaku Kepala Cabang Suwawal Timur mengatakan bahwa:

“Kendalanya memang tidak semua alat buat mengecek emas itu bener-bener pakem. Kita juga untuk menaksir kadang main feeling aja, soalnya setiap alat itu ada kelemahannya. Untuk taksiran paling dilihat dari kode sama gramnya itu sesuai surat apa tidak. Dan SDM juga kurang memadai untuk taksiran gadai emas”.<sup>29</sup>

## 2. Strategi sosialisasi produk gadai emas di KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara

Sosialisasi merupakan salah satu cara mengenalkan produk-produk yang dimiliki oleh perbankan kepada masyarakat yang bertujuan untuk menarik daya minat masyarakat agar menggunakan salah satu produk yang dimiliki. Dalam mensosialisasikan produk gadai emas, BMT USA mempunyai strategi yang dilakukan dalam hal sosialisasi produk kepada masyarakatnya melalui beberapa media sosialisasi, yaitu media massa, media sosial, serta sosialisasi langsung kepada masyarakat. Sebagaimana hasil dari wawancara yang disampaikan oleh Nur Kholis sebagai Marketing Kantor Cabang Nalumsari menjelaskan bahwa:

“Media sosialisasi biasanya kita pakai brosur. Media lain selain pakai brosur, kita juga pasang *WhatsApp Story* dan *Instagram*. Dan sosialisasi tidak ada spesifikasi waktu untuk dilakukan di awal bulan, tengah bulan, akhir bulan, sesuai dengan target pasar yang kita temui misalnya menawarkan kepada ibu-ibu yang mempunyai simpanan emas. Selain itu, untuk *banner* memang belum direalisasikan dan belum ada anggarannya dan dari kantor pusat belum diinformasikan mengenai hal itu, jadi

---

<sup>28</sup> Andi Khakimul Khoir, wawancara oleh penulis, 7 Maret, 2022, wawancara 7, transkrip.

<sup>29</sup> Rizka Rahmadhani, wawancara oleh penulis, 17 Februari, 2022, wawancara 2, transkrip.

untuk sosialisasinya kita maksimalkan di media sosial sama brosur”.<sup>30</sup>

Senada dengan hal tersebut Muhammad Nawawi selaku Kepala Cabang Nalumsari mengatakan bahwa:

“Kita masih menggunakan strategi lama, memang yang kita fokuskan di sosial media biasanya di *WhatsApp Story* dan *Instagram* supaya orang-orang tau kalau kantor Nalumsari ada produk gadai emas. Selain itu, kita masuk ke pasar-pasar, kita sebar brosur-brosur dan sosial media itu proses yang sangat mudah. Kalau di BMT orang taunya membawa BPKB dan sertifikat, untuk gadai emas itu sosialisasinya masih kurang. Untuk *banner* dan pamflet kita belum ada”.<sup>31</sup>

Sedangkan Andi Khakimul Khoir selaku Kepala Pembiayaan dan Pendampingan menjelaskan bahwa:

“Kita selama ini pakai sosial media. Kalau promosi dari masing-masing AO, Marketing, Kepala Cabang, dan Teller dari masing-masing cabang mempunyai kewajiban untuk memposting produk-produk yang ada di BMT USA, itu yang paling masif dan rutin kita lakukan, dan diposting di sosial media mereka sendiri di *WhatsApp Story*. Selain itu ada promosi yang sifatnya pekumpulan, ketika menghadirkan kelompok seperti kelompok dampingan 1 bulan sekali kita pertemuan, disitu kita bisa masukkan bisa sosialisasi, kita bisa tawarkan produk keseluruhan termasuk dengan produk gadai emas. Kita masifkan kaitannya dengan promosi gadai emas yang baru kita jalankan kurang lebihnya 6 bulan ini, kaitannya dengan media-media apa saja, kita coba untuk *share WhatsApp, Facebook, Instagram*”.<sup>32</sup>

Hal senada disampaikan oleh Rizka Rahmadhani selaku Kepala Cabang Suwawal Timur mengatakan bahwa:

“Promosi seperti biasa dengan brosur, sekalian kita menawarkan semua produk simpanan dan pembiayaan dari BMT USA. Kadang juga di *Story WhatsApp* sama

---

<sup>30</sup> Nur Kholis, wawancara oleh penulis, 23 Februari, 2022, wawancara 4, transkrip.

<sup>31</sup> Muhammad Nawawi, wawancara oleh penulis, 25 Februari, 2022, wawancara 6, transkrip.

<sup>32</sup> Andi Khakimul Khoir, wawancara oleh penulis, 7 Maret, 2022, wawancara 7, transkrip.

*Facebook*, kalau untuk pasang banner kita belum nunggu dari pusat, radio juga belum karna kita lebih ke media sosial”.<sup>33</sup>

Barik Hayati selaku Teller Kantor Cabang Suwawal Timur mengatakan bahwa:

“Yang pernah dilakukan itu bagi-bagi brosur-brosur keliling ke daerah tertentu dan bagi-bagi brosur disitu. Atau kalau misal ada anggota yang tanya-tanya itu bisa dijelaskan atau pas waktu pembagian brosur kadang masyarakat ada yang bisa berkomunikasi langsung tidak hanya bagi-bagi brosur itu bisa dijelaskan. Dan sejauh ini masih pakai *Story WhatsApp*, kayak *Story WhatsApp* itu dilakukan karena biasanya ada anggota yang menyimpan nomor. Untuk pamflet belum, nanti kedepannya untuk strateginya masih bisa dikembangkan lagi, sementara ini sampai saat ini itu belum”.<sup>34</sup>

Hal tersebut juga disampaikan oleh Purwati sebagai Marketing Kantor Cabang Suwawal Timur bahwa:

“Biasanya kalau saya, awal bulan menawarkan simpanan sekalian sama gadai emas, jadikan menghemat waktu dan tenaga juga dan kita cuma membuat brosur aja, dan juga sekedar ngobrol-ngobrol menawarkan. Misalnya ke rumah bu RT menawarkan simpanan nanti sekaligus gadai emas, untuk media biasanya media sosial pakai *story WhatsApp* sama kadang pakai *Facebook* karyawan pribadi”.<sup>35</sup>

Sedangkan dari hasil observasi lapangan yang peneliti lakukan bersama Purwati selaku Marketing Kantor Cabang Suwawal Timur, sosialisasi yang dilakukan Marketing yaitu dengan mencoba keliling-keliling ke beberapa rumah di daerah sekitar kantor cabang Suwawal Timur untuk menyebarkan brosur-brosur sekaligus menawarkan produk gadai emas dengan melakukan penjelasan singkat mengenai produk gadai emas di BMT USA serta menawarkan secara langsung kepada anggota BMT USA belum mengetahui adanya produk gadai emas untuk menggadaikan emasnya di BMT USA. Respon yang didapatkan

---

<sup>33</sup> Rizka Rahmadhani, wawancara oleh penulis, 17 Februari, 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>34</sup> Barik Hayati, wawancara oleh penulis, 16 Februari, 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>35</sup> Purwati, wawancara oleh penulis, 17 Februari, 2022, wawancara 3, transkrip.

dari masyarakat terhadap penawaran produk gadai emas yang dilakukan oleh Marketing memang terbilang cukup baik, salah satunya warga tersebut dengan mencoba memberitahukan mengenai keberadaan produk gadai emas yang ada di BMT USA kepada tetangga-tetangganya. Akan tetapi minat masyarakat terhadap produk gadai emas memang kurang diminati oleh masyarakat sekitar. Karena memang pada saat ditawarkan produk gadai emas, warga tersebut memang belum butuh untuk pinjaman dana, tidak mempunyai emas yang dapat dijadikan sebagai barang jaminan, serta belum mengetahui adanya keberadaan produk gadai emas di BMT USA.<sup>36</sup>

Sosialisasi produk gadai emas juga dilakukan oleh semua karyawan di BMT USA, sebagaimana yang dikatakan oleh Tanty Lestiyorini sebagai Teller Kantor Cabang Nalumsari bahwa:

“Untuk sosialisasi bisa dilakukan oleh semua karyawan tidak hanya Marketing saja”.<sup>37</sup>

Dari hasil wawancara beberapa informan diatas, maka dapat dijelaskan bahwa strategi sosialisasi yang digunakan oleh BMT USA dalam mengenalkan produk gadai emas yaitu melalui media massa yaitu brosur, media sosial yaitu melalui *WhatsApp Story*, *Facebook* dan *Instagram*, serta melakukan presentasi langsung kepada masyarakat dengan melakukan penyebaran brosur serta menjelaskan langsung kepada masyarakat mengenai produk gadai emas.

Kendala yang alami oleh BMT USA dalam melakukan sosialisasi produk gadai emas yaitu minimnya animo masyarakat dalam menggadaikan emasnya di BMT USA, ketidaktahuan masyarakat terhadap keberadaan produk gadai emas di BMT USA, serta kendala dari kompetitor atau lembaga-lembaga lainnya yang menawarkan gadai emas. Sebagaimana yang disampaikan oleh Purwati sebagai Marketing Kantor Cabang Suwawal Timur menjelaskan bahwa:

“Kendalanya paling masyarakatnya tidak merespon dan antusiasme dari masyarakatnya kurang”.<sup>38</sup>

Senada dengan Nur Kholis sebagai Marketing Kantor Cabang Nalumsari mengatakan bahwa:

---

<sup>36</sup> Hasil observasi pada tanggal 10 Maret 2022 10:10 WIB

<sup>37</sup> Tanty Lestiyorini, wawancara oleh penulis, 23 Febduari, 2022, wawancara 5, transkrip.

<sup>38</sup> Purwati, wawancara oleh penulis, 17 Februari, 2022, wawancara 3, transkrip.

“Belum terlalu bisa meyakinkan masyarakat kalau BMT juga bisa gadai emas dan juga antusiasme masyarakatnya kurang dan juga respon dari masyarakat juga kurang bagus”.<sup>39</sup>

Sedangkan Tanty Lestyorini sebagai Teller Kantor Cabang Nalumsari menjelaskan bahwa:

“Minim peminat, soalnya juga kadang pas ditawarkan pada udah digadaikan ke toko emasnya dan lebih seneng gadai emas ke tokonya langsung, dan juga halnya tingkat persaingannya tinggi buat produk gadai karena dekat dari toko-toko emas”.<sup>40</sup>

Hal tersebut juga disampaikan oleh Andi Khakimul Khoir selaku Kepala Pembiayaan dan Pendampingan mengatakan bahwa:

“Kendalanya justru memang dari kompetitor, orang-orang cenderung ke toko emas atau ke pegadaian, karna masih hal yang baru kaitannya tentang gadai emas yang ada di BMT USA dan juga kaitannya dengan pemahaman kepada anggota, yang mana menawarkan produk-produk kepada anggota yang notabene produk ini adalah produk baru, kendala di lapangan itu. Kita juga harus bisa menawarkan sesuatu yang beda dari kompetitor yang lain yaitu toko emas dan pegadaian dan BMT lain. Terus terang banyak yang belum tau masih awam tentang sistem gadai emas yang ada di BMT USA, mereka masih suka yang pembiayaan yang regular”.<sup>41</sup>

Seperti halnya yang dikatakan oleh Muhammad Nawawi selaku Kepala Cabang Nalumsari bahwa:

“Kendala belum ada cuma masyarakatnya pada belum minat untuk gadai emas disini dan juga produk gadai emas sendiri belum kelihatan menonjol, tapi kita masih terkendala dengan pegadaian konvensional yang startnya lebih dulu mereka. Untuk penyebaran brosur di pasar

---

<sup>39</sup> Nur Kholis, wawancara oleh penulis, 23 Februari, 2022, wawancara 4, transkrip.

<sup>40</sup> Tanty Lestyorini, wawancara oleh penulis, 23 Febduari, 2022, wawancara 5, transkrip.

<sup>41</sup> Andi Khakimul Khoir, wawancara oleh penulis, 7 Maret, 2022, wawancara 7, transkrip.

memang responnya jarang, tapi kalau di *Story WhatsApp* mereka terkadang tanya kepada kita”.<sup>42</sup>

### C. Analisis Data Penelitian

Berdasarkan deskripsi data penelitian mengenai analisis pengembangan dan sosialisasi pada produk gadai emas di KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara yang telah dipaparkan sesuai dengan data yang telah diperoleh, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Strategi pengembangan produk gadai emas di KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara

KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara adalah salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang menyediakan salah satu produk pembiayaan yaitu produk gadai emas syariah kepada masyarakat. Dengan adanya perkembangan zaman mengenai minat dari produk gadai emas, maka pada tahun 2019 BMT USA menawarkan produk gadai emas kepada masyarakat, akan tetapi mengalami stagnan selama kurang lebih 1 tahun dan gadai emas kembali ditawarkan lagi pada tahun 2021 kurang lebihnya pada bulan Agustus, dengan adanya perbedaan skema dalam gadai emas, lebih praktis dan efisien, serta mempermudah masyarakat untuk memperoleh fasilitas produk gadai emas dari BMT USA.

Sedangkan definisi BMT USA gadai emas yaitu fitur produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BMT USA atas dasar jaminan yang berupa emas yang digunakan untuk mendapatkan pinjaman uang tunai dengan mudah dan cepat. Gadai emas di BMT USA merupakan pengembangan produk yang menyesuaikan pangsa pasar yang ada, yang mana minat anggota terhadap gadai emas di masing-masing kantor cabang lumayan, sehingga dalam kondisi tersebut dapat menjawab kebutuhan dan keinginan masyarakat serta dapat dijadikan peluang bisnis bagi BMT USA. Objek gadai emas yang akan dijadikan sebagai barang jaminan oleh BMT USA yaitu emas perhiasan serta emas batangan, akan tetapi yang lebih sering digunakan anggota BMT USA dalam menggadaikan emasnya adalah emas perhiasan. Gadai emas sebagai produk pelengkap dari produk lainnya yang dapat mempermudah masyarakat dalam hal memperoleh dana dengan mudah dan cepat, yaitu perorangan dengan membawa

---

<sup>42</sup> Muhammad Nawawi, wawancara oleh penulis, 25 Februari, 2022, wawancara 6, transkrip.

fotocopy KTP, KK, serta surat dari emas yang dijadikan sebagai barang jaminan.

Fitur pembiayaan gadai emas dengan kriteria perhiasan di BMT USA yaitu maksimal 90% dari nilai taksir. Jangka waktu pinjaman gadai emas yang diberikan oleh BMT USA yaitu maksimal selama 4 bulan dan juga dapat dilunasi kapanpun dan tanpa biaya adminitrasi, dengan sistem pembayarannya titip jasa tiap dua minggu sekali, akan tetapi bisa langsung dibayarkan dalam satu bulan.

Pengembangan produk dan inovasi produk yakni hal penting yang dibutuhkan oleh perusahaan. Dimana hal ini dapat dilihat dari sisi strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh BMT USA dalam mengembangkan produk gadai emas yang dimilikinya. Mengenai hal tersebut, pengembangan tidak hanya dilakukan pada pengembangan produk dari gadai emas di BMT USA, akan tetapi pengembangan bisa dilakukan dalam kegiatan pemasaran yaitu mengenai promosi serta sosialisasi dari produk gadai emas. Dengan cara mengembangkan produknya, BMT USA dapat menonjolkan keunggulan produk gadai emas yang berbeda dengan kompetitor lainnya, sehingga masyarakat lebih tertarik untuk menggadaikan emasnya di BMT USA dibandingkan lembaga keuangan lainnya.

BMT USA dalam mengembangkan produk gadai emas mempunyai strategi dengan cara perbaikan produk atau modifikasi pada produk gadai emas baik dari sisi produk ataupun dari sisi proses serta fitur-fitur produk gadai emas. Sejauh ini BMT USA melakukan penyempurnaan produk dengan adanya peniadaan biaya administrasi untuk gadai emas. Mengenai adanya pembebasan biaya administrasi, BMT USA mempunyai tujuan agar masyarakat tertarik dalam menggunakan produk gadai emas tanpa dibebankan adanya biaya administrasi, dan hal tersebut diharapkan dapat meringankan masyarakat. Program ini digunakan setelah gadai emas mengalami stagnan selama kurang lebih 1 tahun, maka dari itu dibutuhkan pengembangan produk dari gadai emas. Dan sebelum produk gadai emas tersebut ditawarkan kembali kepada masyarakat, maka akan ada tahapan-tahapan dalam melakukan pengembangan yang dilakukan oleh Dewan Syariah dan pengurus dari BMT USA.

Hal tersebut sejalan dengan kajian teori mengenai tahapan dalam pengembangan produk yang diungkapkan oleh Kotler dan Amstrong yaitu terdapat 8 tahapan dalam pengembangan produk baru yang telah dipaparkan dalam bab 2

kajian teori.<sup>43</sup> Dimana BMT USA melakukan tahapan-tahapan pengembangan produk gadai emas yang dilakukan oleh Dewan Syariah serta pengurus sebelum produk pembiayaan tersebut dipasarkan kembali setelah mengalami stagnan selama kurang lebih 1 tahun.

Strategi pengembangan yang dilakukan oleh BMT USA dalam mengembangkan produk gadai emas juga dengan memberikan akses kemudahan bagi masyarakat serta anggota yang menggadaikan emasnya di BMT USA. Akses kemudahan dalam menggadaikan emas serta mengenai pelayanan yang diberikan oleh BMT USA dalam mendapatkan fasilitas produk gadai emas, dimana dimudahkan serta tidak dipersulit mulai dari segi mekanisme, syarat ketentuan, maupun persyaratan yang diberikan oleh BMT USA. Kemudahan dalam mendapatkan dana dapat diperoleh dengan cara yang mudah yaitu dengan menyerahkan surat emas serta fotocopy KTP yang dapat mempermudah masyarakat dalam menggadaikan emas di BMT USA.

Dalam penelitian Nicki Pratiwi dengan judul “Strategi Bank Syariah Dalam Menghadapi Pengembangan Produk Gadai Emas (Studi Kasus Pada BRI Syariah)” memaparkan bahwa penyempurnaan produk juga diartikan dalam evaluasi produk yang biasanya dilakukan kurang lebih selama 1 tahun. Evaluasi juga dapat dilakukan yakni 6 bulan setelah produk gadai emas ditawarkan. Akan tetapi, jika selama masa 6 bulan sampai 1 tahun tidak diadakan evaluasi untuk gadai emas, maka akan diadakan evaluasi setelah adanya kinerja dari produk gadai emas mengalami penurunan.<sup>44</sup> Seperti halnya dengan BMT USA, pada tahun 2021 dilakukan evaluasi pada produk gadai emas setelah gadai emas alami kondisi stagnan dan produk gadai emas sempat diberhentikan sementara.

Dalam hal ini, evaluasi dibutuhkan oleh BMT USA dalam melakukan pengembangan produk yakni dengan mengetahui aktivitas dari sosialisasi serta promosi yang dilakukan oleh marketing serta karyawan lainnya dalam menawarkan gadai

---

<sup>43</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 90-98.

<sup>44</sup> Nicki Pratiwi, “Strategi Bank Syariah Dalam Menghadapi Pengembangan Produk Gadai Emas (Studi Kasus Pada BRI Syariah),” *Jurnal Nisbah* 5, no. 1 (2019), diakses pada tanggal 26 Januari 2022 20:44 WIB, <https://doi.org/10.30997/jn.v5i1.1844>



emas. Penting bagi BMT USA dalam menelusuri mengenai seberapa jauh keberhasilan dari produk gadai emas yang sudah dijalankan kembali dari Tahun 2021 sampai sekarang. Berhasil atau tidaknya mengenai sosialisasi dan promosi yang dilakukan serta sejauh mana proses dari pengembangan produk gadai emas yang dapat dijadikan evaluasi oleh BMT USA dalam mengembangkan gadai emas. Evaluasi juga dapat diperoleh dari masukan para anggota BMT USA, yang mana hal ini akan memberikan dampak positif dikarenakan dapat menjalin hubungan antara BMT USA dengan anggota, dan hal tersebut dapat digunakan untuk sosialisasi produk gadai emas. Evaluasi juga dibutuhkan untuk bahan acuan dalam menawarkan produk gadai emas setelah diadakannya evaluasi dari keseluruhan kantor cabang BMT USA. Strategi-strategi yang diterapkan oleh BMT USA, tentunya dibutuhkan kerjasama antara karyawan satu dengan karyawan lainnya yang terlibat untuk mengembangkan produk gadai emas agar berjalan dengan baik dan lancar.

Pengembangan produk gadai emas mengikuti pola perkembangan dari kantor pusat BMT USA, yang kemudian diikuti keseluruhan kantor cabang BMT USA Jepara yang berjumlah 10 cabang. Yang mana BMT USA mengacu dari kompetitor lainnya sebagai dasar dalam menawarkan produk gadai emas, yang sistemnya hampir sama dengan kompetitor lainnya.

Dengan demikian, strategi yang diterapkan oleh BMT USA dalam mengembangkan produk gadai emas di BMT USA sesuai dengan kajian teori pengembangan produk yang diungkapkan oleh Sondang P. Siagian yaitu pengembangan produk dilakukan agar pelanggan dapat tertarik dan akan membeli produk tersebut.<sup>45</sup> Mengenai hal itu, BMT USA akan menjadikan gadai emas sebagai salah satu produk yang digemari oleh anggota dan masyarakat lainnya. Umumnya ada kesamaan strategi yang digunakan oleh BMT USA dengan lembaga keuangan lainnya, dan hal tersebut menjadi dasar oleh BMT USA dalam mengembangkan gadai emas yang dimilikinya.

Tujuan BMT USA dalam melakukan strategi pengembangan produk gadai emas yaitu dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Maka demikian dapat dikaitkan dengan kajian teori bahwa tujuan BMT USA dalam mengembangkan

---

<sup>45</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 79.

produk sudah sesuai yaitu dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan dari nasabah yang mengalami perubahan seiring berubahnya zaman dan perkembangan zaman.<sup>46</sup> Adanya strategi pengembangan dari gadai emas ini, BMT USA mengupayakan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang ada sehingga BMT USA terus menerus melakukan eksplorasi terhadap kebutuhan pasar.

Kendala yang dialami oleh BMT USA dalam melakukan pengembangan produk gadai emas yaitu kurangnya alat-alat yang mendukung untuk menaksir emas dan pemahaman karyawan untuk menaksir emas. Kurangnya alat-alat yang dapat mendukung berjalannya produk gadai emas menjadi kendala bagi BMT USA, seperti halnya kaca pembesar yang digunakan untuk mengidentifikasi emas, yang mana alat tersebut tidak dapat mengidentifikasi emas secara jernih dan juga alat-alat yang digunakan untuk mengecek memang tidak semua dapat mengidentifikasi secara pasti. Kendala yang lain, kurangnya pemahaman dari karyawan BMT USA untuk menaksir gadai emas tersebut. Yang mana, hal tersebut menjadi kendala di lapangan jika terjadi adanya nasabah yang melakukan gadai emas. Untuk itu, pengembangan pada produk gadai emas perlu dibutuhkan oleh BMT USA.

BMT USA diharapkan untuk semakin aktif dalam mengembangkan serta melakukan inovasi produk dari gadai emas, baik dari segi produknya ataupun mengenai kegiatan pemasarannya. Kegiatan dari pengembangan gadai emas diharapkan dapat meningkatkan kualitas dari fasilitas produk gadai emas yang ditawarkan oleh BMT USA serta dapat memudahkan masyarakat serta anggota yang ingin menggadaikan emasnya di BMT USA.

## **2. Strategi sosialisasi produk gadai emas di KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara**

Sosialisasi merupakan cara untuk memasarkan produk gadai emas BMT USA melalui promosi-promosi yang ditujukan kepada anggota dan masyarakat agar gadai emas dapat dikenal secara luas. Dalam melakukan promosi, Kotler mengungkapkan secara umum ada beberapa sarana promosi yang dapat dilakukan oleh perbankan yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*personal selling*), dan

---

<sup>46</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 79-80.

publisitas (*publicity*).<sup>47</sup> Akan tetapi, media yang digunakan dalam melakukan sosialisasi produk gadai emas di BMT USA yaitu media massa, media sosial serta presentasi langsung.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka ada beberapa strategi yang digunakan oleh KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara dalam mensosialisasikan produk gadai emas, antara lain:

a. Media massa

Media massa adalah salah satu media sosialisasi yang mana dapat berupa media cetak ataupun media elektronik. Media massa merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh BMT USA dalam mensosialisasikan produk gadai emas kepada anggota dan masyarakat. Dalam hal ini, media massa yang digunakan dalam BMT USA yaitu media cetak berupa brosur.

Brosur merupakan salah satu jenis media promosi yang dipergunakan sebagai sarana periklanan dalam suatu perusahaan ataupun perbankan, yang mana BMT USA juga menggunakan media tersebut. Untuk penyebaran brosur, marketing BMT USA biasanya di tempat-tempat umum serta keliling-keliling di beberapa daerah di sekitar cabang BMT USA, sekaligus dengan menawarkan produk-produk lain yang ada di BMT USA untuk mempersingkat waktu sosialisasi. Sesuai dengan observasi yang dilakukan, bahwa penyebaran brosur dilakukan oleh Marketing secara langsung dengan mengelilingi beberapa desa di sekitar kantor cabang BMT USA.

Brosur dapat memberikan informasi produk gadai emas yang dapat menambah pengetahuan masyarakat terhadap keberadaan gadai emas di BMT USA. Brosur berisi informasi dalam bentuk tulisan dan gambar yang disajikan dengan design yang menarik, sehingga dapat menarik minat anggota dan masyarakat. Brosur BMT USA gadai emas berisi informasi singkat mengenai gambaran fasilitas gadai emas yang ada di BMT USA yang dapat menarik minat masyarakat untuk menggadaikan emasnya di BMT USA.

Mengenai hal di atas, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pirdaus dengan judul “Strategi Sosialisasi Perbankan Syariah di Kota Lubuk Linggau (Studi BNI

---

<sup>47</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 170.

Syariah Lubuk Linggau)” bahwa media massa digunakan dalam strategi sosialisasi karena jangkauannya yang luas.<sup>48</sup> Dimana masyarakat bisa mengakses media massa melewati TV, Radio, Majalah, Surat kabar, brosur, baliho, dan lain sebagainya. Media sosial juga digunakan dalam strategi sosialisasi karena efektif untuk mengakses informasi dalam media sosial dapat dilakukan dimanapun tanpa bertemu langsung dengan masyarakat.

Untuk saat ini, media massa yang digunakan oleh BMT USA yaitu penyebaran brosur. Sedangkan untuk surat kabar, radio, pemasangan spanduk dan media-media promosi lainnya yang digunakan sebagai sarana untuk promosi belum direncanakan oleh BMT USA. Penggunaan brosur dalam media massa ini digunakan untuk mempengaruhi daya tarik minat masyarakat, karena untuk biaya produksi dari brosur cukup ringan serta mampu menjelaskan secara singkat mengenai keberadaan gadai emas di BMT USA. Promosi yang dilakukan dengan menggunakan media massa melalui brosur ini mendapatkan tanggapan dari masyarakat meskipun dalam waktu tenggang tertentu.

b. Media sosial

Terdapat media sosial yang juga digunakan oleh BMT USA selain media massa dalam strategi untuk mengenalkan produk gadai emasnya kepada anggotanya dan masyarakat umum melalui pemanfaatan dari teknologi yaitu *internet* yang semakin canggih di masa sekarang. Media sosial merupakan sebuah media *online* yang mana para penggunanya dapat dengan mudah untuk saling melakukan interaksi.

Strategi dengan menggunakan media sosial akan mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi mengenai produk gadai emas, yang mana dapat diakses dimanapun mereka berada serta jangkauan yang dapat dicapai dari media sosial ini sangat luas untuk menyampaikan kegiatan sosialisasi gadai emas dan juga media sosial merupakan media sosialisasi yang efektif. Media sosial merupakan media sosialisasi yang masif dan paling rutin

---

<sup>48</sup> Pirdaus, “*Strategi Sosialisasi Perbankan Syariah di Kota Lubuk Linggau (Studi BNI Syariah Lubuk Linggau)*,” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019), diakses pada tanggal 26 Januari 2022 21:00 WIB, <http://repository.iainbengkulu.ac.id/3637/>

dilakukan oleh BMT USA saat ini, karena dalam hal ini menggunakan waktu yang singkat untuk melakukan sosialisasi menggunakan media sosial.

Media sosial yang digunakan oleh BMT USA yaitu *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Facebook*. Untuk *WhatsApp* dari masing-masing AO, Marketing, Kepala Cabang dan Teller dari masing-masing cabang dari BMT USA menggunakan *Story WhatsApp* untuk mensosialisasikan produk gadai emas, karena terdapat kontak-kontak dari beberapa anggota BMT USA. Sedangkan untuk *Instagram* dan *Facebook* digunakan untuk mengunggah beberapa informasi seputar gadai emas seperti halnya syarat-syarat untuk memperoleh fasilitas gadai emas ataupun dengan memposting brosur, dengan itu masyarakat bisa dibagikan kepada siapapun agar mengetahui keberadaan produk gadai emas di BMT USA dan mengetahui informasi dari produk gadai emas. Promosi yang dilakukan dengan menggunakan media sosial melalui *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp* ini mendapatkan tanggapan dari masyarakat meskipun dalam waktu tenggang tertentu.

c. Presentasi langsung

Presentasi langsung atau disebut juga *personal selling* yaitu presentasi secara lisan dalam suatu percakapan secara langsung yang dilakukan dengan satu calon pembeli atau lebih yang mempunyai tujuan untuk mencapai penjualan. Adanya interaksi secara langsung dalam *personal selling* ini, berlangsung tatap muka yang dilakukan antara kedua belah pihak yaitu antara pembeli dan penjual, yang mana BMT USA bertindak sebagai penjual dan anggota atau calon anggota bertindak sebagai penjual.

Dalam hal ini, *personal selling* yang dilakukan oleh BMT USA yaitu sudah sesuai dengan teori yang diungkapkan Kotler yakni, dimana umumnya dilakukan oleh semua karyawan.<sup>49</sup> Umumnya *personal selling* dapat dilakukan oleh semua karyawan di berbagai cabang BMT USA yang dapat dikatakan seluruh karyawan bertindak sebagai Marketing, sedangkan secara khusus presentasi langsung/*personal selling* dilakukan oleh Marketing dari BMT USA.

Presentasi secara langsung ini dapat dilakukan pada saat penyebaran brosur kepada masyarakat dan disamping itu

---

<sup>49</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 169-185.

juga bisa menjelaskan mengenai syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan fasilitas gadai emas, prosedur untuk memperoleh gadai emas, serta informasi lain mengenai gadai emas. Dengan adanya presentasi langsung ini, Marketing ataupun karyawan lainnya yang melakukan sosialisasi dapat mengetahui respon dan tanggapan secara langsung dari masyarakat. Respon dan tanggapan dari masyarakat dibutuhkan oleh BMT USA, karena dapat mengetahui bahwa BMT USA gadai emas mendapatkan respon positif dari masyarakat atau respon dari masyarakat cenderung biasa.

Adanya kesamaan sosialisasi dan promosi yang dilakukan oleh beberapa lembaga-lembaga keuangan lainnya, maka dibutuhkan kerja sama antara satu orang dengan orang lainnya untuk memperkuat strategi sosialisasi yang digunakan oleh BMT USA, sehingga dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Berdasarkan apa yang telah diungkapkan diatas, maka dapat dikaitkan dengan kajian teori dalam media sosialisasi meliputi keluarga, teman sepermainan, sekolah, lingkungan kerja dan media massa.<sup>50</sup> Bahwasanya BMT USA dalam mensosialisasikan gadai emas telah sesuai dengan teori dan dilaksanakan melalui media sosialisasi yaitu dengan media massa dan media sosial. Sosialisasi gadai emas juga dilakukan melalui sarana promosi yaitu dengan menggunakan periklanan dan presentasi langsung atau juga disebut dengan *personal selling*. Dengan demikian, BMT USA melakukan sosialisasi gadai emas sudah sesuai dengan teori yang telah dijelaskan dalam skripsi ini.

Dalam melakukan sosialisasi produk gadai emas, ada beberapa kendala yang dialami oleh BMT USA yaitu antara lain:

1. Minimnya minat masyarakat

Minimnya animo masyarakat untuk menggadaikan emasnya di BMT USA menjadi kendala untuk sosialisasi gadai emas. Hal tersebut menjadikan BMT USA dituntut untuk melakukan inovasi terhadap produk gadai emas agar tidak monoton, yang mana terjadi dalam hal sosialisasi ataupun promosi yang dilakukan oleh BMT USA kurang menarik minat masyarakat, serta tidak adanya pengembangan terhadap produk gadai emas yang signifikan.

---

<sup>50</sup> J. Dwi Nawoko & Bagong Suyanto, *Sosiologi: Teks Pengantar & Terapan*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2004), 92-96.

2. Kurang tahunya keberadaan gadai emas

Masyarakat kurang tahu mengenai adanya keberadaan produk gadai emas di BMT USA. Keberadaan gadai emas di BMT USA yang kurang familiar ini, masyarakat lebih memilih menjual emasnya ke toko-toko emas atau menggadaikan emasnya ke Pegadaian daripada menggadaikan emasnya ke bank atau BMT. Oleh karena itu, BMT USA dituntut agar lebih memaksimalkan sosialisasi serta promosi produk gadai emas, agar gadai emas dari BMT USA lebih dikenal oleh anggota serta masyarakat secara luas.

3. Tingkat persaingan antar kompetitor

Di daerah Kabupaten Jepara cukup banyak lembaga keuangan yang menawarkan produk gadai emas seperti halnya Pegadaian, Bank syariah Indonesia serta lembaga keuangan mikro syariah seperti halnya BMT-BMT yang sekarang sudah menawarkan produk yang serupa yaitu produk gadai emas. Dan adanya toko-toko emas yang jaraknya dekat dengan kantor cabang BMT USA yang juga menyediakan gadai emas. Maka dari itu, hal tersebut menjadi pesaing bagi BMT USA dalam memasarkan serta mensosialisasikan produk gadai emas, dan menjadi kendala bagi BMT USA. Untuk itu, BMT USA diusahakan agar lebih memberikan layanan yang terbaik serta mengoptimalkan dan mengembangkan produk gadai emas agar lebih kreatif dan inovatif, dan mempunyai ciri khas yang membuat produk gadai emas dari BMT USA berbeda dengan gadai emas yang ada di lembaga keuangan lainnya terutama di daerah Kabupaten Jepara. Dengan itu, hal tersebut menambah kreatifitas karyawan di BMT USA dalam menawarkan produk BMT USA ditawarkan kepada masyarakat dengan hal-hal yang berbeda ketika di lapangan.