

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya *Baitul Māl Wa Tamwil* (BMT)

Sesuatu yang revolusioner telah dilakukan oleh Rasulullah saw adalah pembentukan lembaga penyimpanan yang disebut *Baitul Māl*. Apa yang dilakukan oleh Rasulullah tersebut merupakan proses penerimaan pendapatan (*revenue collection*) dan pembelanjaan (*expenditure*) yang transparan dan bertujuan seperti apa yang sekarang disebut dengan *welfare oriented*.

Baitul Māl yang didirikan oleh Rasulullah SAW tidak mempunyai bentuk yang formal sehingga memberikan *fleksibilitas* yang tinggi dan nyaris tanpa birokrasi. Keadaan ini bertahan sampai pada masa pemerintahan khalifah Abu Bakar ra, dimana dapat dikatakan tidak ada perubahan yang signifikan dalam pengelolaan *Baitul Māl*. Baru pada masa pemerintahan Umar Ibn Khattab ra, sejalan dengan bertambah luasnya wilayah pemerintahan Islam, volume dana yang dikelola dan keragaman kegiatan *Baitul Māl* juga bertambah besar dan bertambah kompleks. Keadaan ini mendorong khalifah untuk membuat sistem administrasi dan pembukuan yang mampu menangani perkembangan ini.

Sejak jaman Rasulullah Saw *Baitul Māl* bukanlah sekedar lembaga sejenis BAZIS yang dikenal sekarang ini. *Baitul Māl* merupakan lembaga pengelola keuangan negara, maka *Baitul Māl* memainkan fungsi kebijakan

fiskal sebagaimana yang dikenal dalam ekonomi sekarang. Kebijakan fiskal yang dilakukan oleh *Baitul Māl* sejak jaman Rasulullah saw memberikan dampak langsung pada tingkat investasi dan secara tidak langsung memberikan dampak pada tingkat inflasi dan pertumbuhan ekonomi.¹

Di Indonesia sendiri, yang melatar belakangi berdirinya BMT bersamaan dengan usaha pendirian Bank Syariah pada tahun 1990-an. BMT semakin berkembang tatkala pemerintah mengeluarkan kebijakan hukum ekonomi UU No. 7/1992 tentang Perbankan dan PP No. 72/1992 tentang Bank Perkreditan Rakyat berdasarkan Bagi Hasil.

Pada saat bersamaan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) sangat aktif melakukan pengkajian intensif tentang pengembangan ekonomi Islam di Indonesia. Dari berbagai penelitian dan pengkajian tersebut, terbentuklah BMT-BMT di Indonesia. ICMI berperan besar dalam mendorong pendirian BMT-BMT di Indonesia.

Di samping ICMI, beberapa organisasi massa Islam seperti Nahdatul Ulama (NU), Muhammadiyah, Persatuan Islam (Persis), dan ormas-ormas Islam lainnya mendukung upaya pengembangan BMT-BMT di seluruh Indonesia. Hal tersebut dilakukan untuk membangun sistem ekonomi Islam melalui pendirian lembaga-lembaga keuangan syariah.²

¹ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), h. 59.

² Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), Cet. Ke-1, h. 34.

Dalam diskursus ekonomi Islam, BMT dapat pula dikategorikan dengan *koperasi syariah*, yakni lembaga ekonomi yang berfungsi untuk menarik, mengelola, dan menyalurkan dana dari, oleh dan untuk masyarakat.³

Selain merupakan lembaga pengelola dana masyarakat yang memberikan pelayanan tabungan, pinjaman, dan pembiayaan, BMT juga dapat berfungsi mengelola dana sosial umat di antaranya menerima titipan dana zakat, infaq, sedekah, dan wakaf. Semua produk pelayanan dan jasa BMT dilakukan menurut ketentuan syariah, yakni prinsip bagi hasil (*profit and loss-sharing*).⁴

2. Sejarah Berdirinya BMT Khairul Amin Martapura

Meskipun masyarakat Kabupaten Banjar didominasi oleh umat Islam, namun pengetahuan mereka tentang ekonomi Islam khususnya Lembaga Keuangan Syariah pada umumnya masih dangkal. Karena masyarakat telah terbiasa dengan sistem ekonomi yang telah ada yaitu sistem ekonomi liberal dan kapitalis, yang sebenarnya banyak berbeda dan ada yang bertentangan dengan syariat Islam yang dianut oleh masyarakat.

Pada tanggal 18 Agustus 1997 didirikan sebuah Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Martapura yang bernama BMT Khairul Amin

³ PINBUK, *Pedoman Cara Pembentukan BMT Balai Usaha Mandiri Terpadu*, (Jakarta: PINBUK), h. 1.

⁴ Yadi Janwari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Syariah*, (Bandung: Pustaka Mulia dan Fakultas Syariah IAIN SGD Bandung, 2000), h. 107.

Martapura. Hadirnya BMT Khairul Amin Martapura diharapkan dapat memberikan dampak yang besar terhadap perekonomian masyarakat lapisan bawah. Terutama dalam membangun perkembangan usaha mikro yang secara tidak langsung dapat menopang perekonomian secara nasional. BMT Khairul Amin Martapura mendapatkan Badan Hukum No. 02/BH/KWK.16/II/1997 tanggal 15 Februari 1997. T D P Koperasi No. 16. 01. 2. 65. 0006. SKTU No. 503/395/BP2T/2012. SIUP No. 510/146/KPTSP/PK/2008.

Awal mula dan ide pendirian BMT Khairul Amin Martapura adalah diadakannya Mukhtar Rabitah di Pondok pesantren K.H.Renggong Pasuruan, Jawa Timur, oleh pengurus Nahdatul Ulama. Tujuan Mukhtar ini selain bertemunya pengurus-pengurus Nahdatul Ulama di seluruh Indonesia juga membahas sistem ekonomi Islam yang telah berkembang di masyarakat Indonesia. Mukhtar ini juga dihadiri oleh Presiden Soeharto, K.H.Abdurrahman Wahid (Gusdur) dan juga 14 menteri Indonesia. Salah satu menteri yang hadir adalah Menteri Koperasi yang memberikan bantuan dana kepada pondok-pondok pesantren di seluruh Indonesia, termasuk pondok pesantren Al Amin Martapura.

Pengurus Pondok Pesantren Al Amin Martapura yang telah mengikuti Mukhtar, kemudian berkeinginan untuk mendirikan suatu lembaga keuangan syariah yang menghimpun dana masyarakat dengan melakukan pendekatan kepada yayasan-yayasan, para guru Madrasah di Martapura serta para muridnya.

Setelah melakukan pendekatan-pendekatan tersebut maka jalan untuk mendirikan sebuah lembaga keuangan syariah semakin dekat, Pengurus kemudian memberikan nama yaitu Koperasi Pondok Pesantren (Kopontren) Al Amin yang memiliki Unit Otonom Simpan Pinjam/USPS. Modal awal pendirian lembaga ini ± Rp. 8.000.000 untuk mendapatkan legalitas atau badan hukum dari Dinas Koperasi yang kemudian para pendiri BMT Khairul Amin Martapura menghimpun dana sebagai modal awal sebesar Rp. 15.000.000 dengan anggota awal 15 orang. Namun pada kenyataannya hanya Rp. 12.000.000 saja dana yang terkumpul. Ditambah dengan sumbangan sukarela dari sebagian anggota sebesar Rp. 500.000.

Hadirnya BMT Khairul Amin Martapura diharapkan dapat membantu usaha masyarakat terutama Usaha Kecil Mikro (UKM) yang ingin meminjam uang untuk menambah modal ataupun untuk membuka usaha baru. BMT Khairul Amin Martapura sendiri merupakan salah satu Lembaga Keuangan Mikro Syariah yang mampu bertahan di tengah gejolak persaingan dengan lembaga keuangan lainnya.

3. Visi, Misi dan Tujuan BMT Khairul Amin

a. Visi BMT Khairul Amin

Visi BMT Khairul Amin adalah mewujudkan kualitas masyarakat yang selamat duniawi, sejahtera yang berorientasi pada syariat Islamiah.

b. Misi BMT Khairul Amin

Misi BMT Khairul Amin mengembangkan usaha masyarakat dan lembaga yang lebih maju, berkembang terpercaya, dengan nyaman transparan dan kehati-hatian dengan sistem syariah.

c. Tujuan BMT Khairul Amin

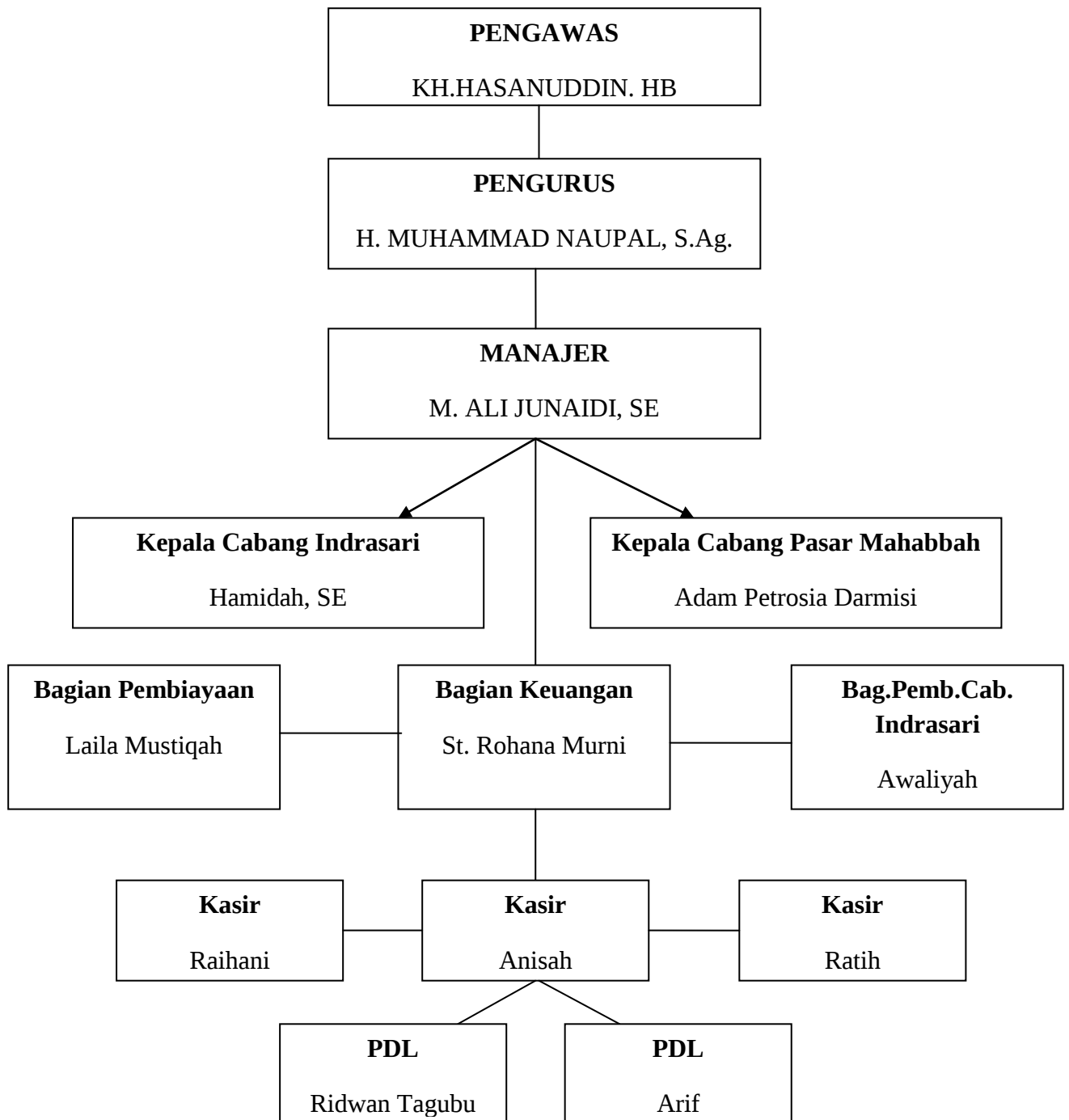
Tujuan dari BMT Khairul Amin sebagai berikut:

- 1) Mengembangkan sistem simpan pinjam prinsip bagi hasil.
- 2) Mengembangkan lembaga dan bisnis.
- 3) Mengembangkan jaringan kerja.

4. Struktur Organisasi BMT Khairul Amin Martapura

Struktur Organisasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS)

BMT Khairul Amin Martapura.⁵



⁵ Data BMT Khairul Amin Martapura

5. Produk BMT Khairul Amin Martapura

BMT Khairul Amin Martapura melayani:

- Simpanan / Tabungan *Mudharabah* dan *Mudharabah Muqayadah*.
- Pembiayaan Sistem Syariah seperti *Murabahah* dan *Mudharabah* serta Pembiayaan *Qardhul Hasan*.
- Menerima dan Menyalurkan Zakat, Infak dan *Shadaqah*.

Adapun produk yang ada di BMT Khairul Amin Martapura sebagai berikut:

a. Tabungan

- Tabungan *Mudharabah*

Tabungan *mudharabah* menurut Dr. H. Didiek Ahmad Supadie, MM. adalah merupakan akad kerja sama usaha antara dua pihak, di mana pihak pertama (*shahibul māl*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan pengelola, maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.⁶

⁶ Didiek Ahmad Supadie, *Sistem Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, (Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra), Cet. Ke-1, h. 56.

- Tabungan *Wadi'ah yad Dhamanah*

Tabungan *Wadi'ah yad Dhamanah* adalah tabungan yang menggunakan akad titipan dimana pihak penerima titipan (BMT) diperbolehkan menggunakan dan memanfaatkan uang yang dititipkan. Tentu, pihak BMT dalam hal ini mendapatkan hasil dari penggunaan dana.⁷

- Tabungan *Mudharabah Muqayyadah* (3 bulan, 6 bulan, 9 bulan, 12 bulan)

Tabungan *mudharabah muqayyadah* (simpanan berjangka) adalah simpanan dari nasabah pada BMT yang dapat diambil sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati dan mendapatkan bagi hasil sesuai dengan prosentase yang telah disepakati seperti:

- 1-3 bulan, 40% deposan 60% BMT
- 1-5 bulan, 45% deposan 55% BMT
- 1-12 bulan, 50% deposan 50% BMT⁸

b. Pembiayaan

- *Qardhul Hasan*

Qardhul Hasan adalah pembiayaan kebajikan berasal dari BMT dimana anggota yang menerimanya hanya membayar pokoknya dan dianjurkan untuk memberikan zakat, infaq, *shadaqah* (ZIS).

⁷ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), Cet. Ke-1, h.150.

⁸ Ahmad Rodoni, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2008), Cet. Ke-1, h. 66.

- *Murabahah Muqayyadah* (khusus *finance* kendaraan)

Murabahah muqayyadah adalah penjualan barang oleh BMT (*shahibul maal*) kepada nasabah (*mudharib*) dengan pengaturan bahwa penjual berkewajiban untuk mengungkapkan kepada pembeli harga pokok dari barang dan margin yang dimasukkan ke dalam harga jual barang tersebut.⁹

Murabahah muqayyadah merupakan pembiayaan khusus dari BMT berupa pembelian kendaraan. Anggota/nasabah mengajukan pembiayaan kendaraan kepada BMT dan pihak BMT diwajibkan untuk mengungkapkan harga pokok barang (kendaraan) tersebut dan margin yang diinginkan oleh pihak BMT kepada anggota/nasabah.

- *Murabahah Biasa*

Murabahah adalah penjualan barang oleh BMT (*shahibul maal*) kepada nasabah (*mudharib*) dengan pengaturan bahwa penjual berkewajiban untuk mengungkapkan kepada pembeli harga pokok dari barang dan margin yang dimasukkan ke dalam harga jual barang tersebut.

- *Mudharabah*

Mudharabah merupakan suatu perjanjian antara pemilik dana BMT (*shahibul maal*) dengan pengelola dana anggota (*mudharib*) yang keuntungannya dibagi menurut rasio/nisbah yang telah disepakati bersama di muka. Bila terjadi kerugian, maka *shahibul*

⁹ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 163-164.

maal menanggung kerugian dana, sedangkan *mudharib* menanggung kerugian pelayanan material dan kehilangan imbalan kerja.¹⁰

- *Musyarakah*

Musyarakah merupakan akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (bisa juga *expertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.¹¹

Musyarakah merupakan perjanjian kerjasama antara anggota dengan BMT di mana modal kerja dari kedua belah pihak digabungkan untuk usaha tertentu yang akan dijalankan oleh anggota. Keuntungan dan dirugikan ditanggung bersama sesuai kesepakatan di muka.

- *Ijarah*

Ijarah merupakan akad pembiayaan yang merupakan talangan dana untuk pengadaan barang tertentu ditambah dengan keuntungan yang disepakati dengan sistem sewa tanpa diakhiri dengan kepemilikan.¹²

¹⁰ Ahmad Rodoni, *Lembaga Keuangan Syariah, Op. Cit.*, h. 67.

¹¹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), Cet. Ke-1, h. 90.

¹² Ahmad Rodoni, *Lembaga Keuangan Syariah, Op. Cit.*, h. 68.

B. Penyajian Data

Setelah data yang diperlukan terkumpul dengan teknik wawancara, observasi dan dokumenter, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan terhadap informan tentang strategi pengembangan lembaga keuangan mikro syariah, maka diperoleh data yang di uraikan sebagai berikut:

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Ali Junaidi sebagai manajer umum di BMT Khairul Amin Martapura yang berhubungan dengan strategi pengembangan lembaga keuangan mikro syariah. Pada tahun pertama ketika pembukaan kantor BMT Khairul Amin Martapura, masyarakat masih asing dengan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) khususnya *Baitul Māl* sehingga pada tahun pertama jumlah nasabah BMT Khairul Amin Martapura hanya 245 orang/nasabah. Namun, seiring dengan berjalannya waktu dan dengan sosialisasi yang gencar dilakukan oleh BMT Khairul Amin Martapura maka masyarakat pun sudah mulai mengetahui apa itu BMT dan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS). Pengetahuan masyarakat terhadap BMT cukup baik dan kepercayaan masyarakat terhadap BMT pun sangat baik sehingga masyarakat banyak menggunakan jasa keuangan dari BMT Khairul Amin Martapura.

Di tahun pertama pada saat pembukaan kantor BMT Khairul Amin Martapura jumlah nasabahnya hanya 245 orang/nasabah. Akan tetapi dengan kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat terhadap BMT Khairul Amin Martapura hingga saat ini jumlah nasabah BMT Khairul Amin Martapura

adalah 10.000 orang/nasabah, dari jumlah 1.500 orang/nasabah pembiayaan, 8.500 orang/nasabah tabungan.

BMT Khairul Amin Martapura melayani simpanan atau tabungan, pembiayaan, serta menerima dan menyalurkan zakat, infaq dan sedekah. BMT Khairul Amin Martapura memberikan pelayanan yang bersahaja dan apa adanya tidak di buat-buat, yang selalu menganggap nasabah sebagai bagian dari BMT Khairul Amin Martapura dan merasa memiliki. Pelayanan yang bersahaja diberikan agar nasabah merasa lebih nyaman dalam bertansaksi dengan BMT.

Menurut Bapak Ali Junaidi, produk yang ada di BMT Khairul Amin Martapura tidak berbeda dengan produk-produk yang ada di BMT lain atau lembaga keuangan mikro lainnya. Karena pada dasarnya semua produk yang ada di BMT sama saja, namun yang membedakan hanyalah sistem yang digunakan oleh masing-masing BMT. Adapun peluang bisnis secara umum yang dimanfaatkan oleh BMT Khairul Amin Martapura adalah dengan memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi dan menjalin silaturahmi sebagai peluang promosi serta sebagai sarana dakwah syariah. Bahkan sebagai ujung tombak dalam menembus peluang pasar terhadap masyarakat pada tingkat ekonomi kelas menengah ke bawah yang punya komitmen ekonomi syariah.

BMT Khairul Amin Martapura menerapkan sistem pembiayaan yang diterapkan murni mengacu kepada sistem ekonomi syariah. Adapun sasaran pembiayaan adalah masyarakat ekonomi yang benar-benar menginginkan

ekonomi syariah untuk menghindari ekonomi konvensional yang identik dengan riba yang memberikan keuntungan kepada sebelah pihak maupun kerugian sebelah pihak ketika terjadi masalah dalam usaha.

Sejak berdirinya BMT Khairul Amin Martapura pada tahun 1997 hingga sekarang, minat masyarakat semakin meningkat dari tahun ke tahun. Akan tetapi meskipun minat masyarakat meningkat dan jumlah nasabah terus bertambah, produk yang ada di BMT Khairul Amin Martapura tidak akan dikembangkan secara signifikan, tetapi produk akan dikembangkan melihat pada kebutuhan masyarakat itu sendiri. Meskipun produk tidak dikembangkan secara signifikan, namun BMT Khairul Amin Martapura memiliki program khusus di bidang sosial seperti, pembiayaan *qardul hasan*, pemberian beasiswa, pembagian zakat. Program khusus di bidang sosial ini dimaksudkan sebagai pemicu dalam menambah minat masyarakat dan sebagai sarana dalam memiliki sebuah lembaga ekonomi yang mumpuni.

Melihat minat masyarakat semakin meningkat dari tahun ke tahun terhadap BMT Khairul Amin Martapura. Pada tahun 2009 BMT Khairul Amin Martapura memutuskan untuk membuka kantor cabang pembantu yang beralamat di jalan Sekumpul Raya Rukan Anggrek Merah No. 4 samping Masjid Indrasari Martapura. Pada tahun 2014 BMT Khairul Amin Martapura kembali memutuskan untuk membuka kantor cabang pembantu ke 2 (dua) yang beralamat di jalan Melati Tunggul Irang seberang pertokoan Mahabbah Martapura. Pembukaan 2 (dua) kantor cabang merupakan strategi yang

dilakukan BMT Khairul Amin Martapura dalam pengembangan lembaga BMT Khairul Amin Martapura.

Setelah pembukaan kantor cabang pembantu di tahun 2009 dan di tahun 2014 membuka kantor cabang pembantu ke 2 (dua). BMT Khairul Amin Martapura mengalami perkembangan yang sangat bagus, dimana jumlah nasabah meningkat sebesar 40% dan peningkatan jumlah asset BMT Khairul Amin Martapura sudah Rp. 2 Milyar.

Strategi yang digunakan BMT Khairul Amin Martapura dalam mengembangkan lembaganya adalah dengan cara membuka 2 (dua) kantor cabang pembantu. Jumlah nasabah dan asset pun secara tidak langsung meningkat. Dari awal pembukaan kantor BMT Khairul Amin Martapura, modal yang dimiliki hanya Rp. 12.5 juta. Sekarang, jumlah asset yang dimiliki BMT Khairul Amin Martapura sebesar Rp. 2 Milyar dan jumlah nasabah pembiayaan sekarang berjumlah 1.500 orang/nasabah, jumlah nasabah tabungan berjumlah 8.500 orang/nasabah.

C. Analisis Data

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan di BMT Khairul Amin Martapura mengenai strategi pengembangan lembaga keuangan mikro syariah, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

Pemasaran syariah adalah salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah.¹³ Dimana pemasaran tersebut merupakan strategi bisnis yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan sebuah barang atau produk serta jasa.¹⁴

Sebagai seorang muslim dalam pemasaran baik sebagai pemimpin perusahaan, pemilik, pemasar, pesaing maupun sebagai pelanggan/konsumen hendaklah menerapkan prinsip-prinsip yang diajarkan Islam. Seperti prinsip keadilan, kejujuran, transparansi, etika dan moralitas, yang merupakan napas dalam setiap bentuk transaksi bisnis, seperti dalam suatu riwayat yang berbunyi:

التَّاجِرُ الْأَمِينُ الصَّدُوقُ الْمُسْلِمُ مَعَ الشُّهَدَاءِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ

¹³ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Jakarta: Mizan Pustaka, 2003), h. 25-26.

¹⁴ Buchari Alam Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 257.

“...pedagang yang jujur dan dapat dipercaya termasuk dalam golongan syuhada pada hari kiamat”... (HR. Ibnu Majah).¹⁵

Dalam semua hubungan, kepercayaan atau *trust* merupakan unsur dasar. Kepercayaan diciptakan dari kejujuran. Kejujuran adalah satu kualitas yang paling sulit dari karakter untuk dicapai di dalam bisnis, keluarga, atau dimana pun gelanggang tempat orang-orang berminat untuk melakukan persaingan dengan pihak-pihak lain. Bisnis yang berhasil dalam masa yang panjang akan cenderung untuk membangun semua hubungan atas mutu, kejujuran dan kepercayaan.¹⁶

Pada tahun pertama ketika pembukaan kantor BMT Khairul Amin Martapura, masyarakat masih asing dengan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) khususnya *Baitul Māl*. Sehingga pada tahun pertama jumlah nasabah BMT Khairul Amin Martapura hanya 245 orang/nasabah. Namun, seiring dengan berjalannya waktu dan dengan sosialisasi yang gencar dilakukan oleh BMT Khairul Amin Martapura terhadap masyarakat maka masyarakat pun sudah mulai mengetahui apa itu BMT secara khusus. Pengetahuan masyarakat terhadap BMT cukup baik dan kepercayaan masyarakat terhadap BMT pun sangat baik sehingga masyarakat sudah banyak menggunakan jasa keuangan dari BMT Khairul Amin Martapura.

¹⁵ Sunan Ibnu Majah, (Beirut: Darul Kutub, t. th. 2001), h. 724.

¹⁶ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), cet. Ke-1, h.18.

BMT Khairul Amin Martapura sendiri berada di bawah Koperasi Pondok Pesantren (Koppontren) Al Amin. Pada saat pembukaan Koperasi Pondok Pesantren (Koppontren) Al Amin pendekatan-pendekatan dilakukan kepada yayasan-yayasan, para guru Madrasah di Martapura serta para muridnya. Setelah melakukan pendekatan-pendekatan tersebut maka jalan untuk mendirikan sebuah lembaga keuangan syariah semakin dekat. Sehingga berdirilah Koperasi Pondok Pesantren (Koppontren) Al Amin. Setelah itu berdirilah BMT Khairul Amin Martapura yang dikenal sekarang ini. Berdasarkan pendekatan-pendekatan dilakukan kepada yayasan-yayasan, para guru Madrasah di Martapura serta para muridnya maka tidaklah heran ada ikatan emosional yang sudah terjadi sejak dulu. Berada di bawah naungan nama besar pondok pesantren merupakan strategi yang cukup baik untuk menarik minat dan kepercayaan dari masyarakat. Ikatan emosional yang telah terjadi dari awal pembukaan Koperasi Pondok Pesantren (Koppontren) Al Amin menguntungkan bagi BMT Khairul Amin Martapura.

Ikatan emosional yang telah terjadi membuat kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat terhadap BMT Khairul Amin Martapura sangat besar. Kepercayaan yang sangat besar membuat terjadi peningkatan jumlah nasabah/anggota. Hingga saat ini jumlah nasabah/anggota yang ada di BMT Khairul Amin Martapura adalah 10.000 orang/nasabah, dari jumlah 1.500 orang/nasabah pembiayaan, 8.500 orang/nasabah tabungan. Dengan banyaknya jumlah nasabah/anggota tabungan membuktikan besarnya

kepercayaan diberikan nasabah/anggota terhadap BMT Khairul Amin Martapura.

BMT Khairul Amin Martapura memberikan pelayanan yang bersahaja dan apa adanya yang tidak di buat-buat, yang selalu menganggap nasabah sebagai bagian dari BMT Khairul Amin Martapura dan merasa memiliki. Pelayanan yang bersahaja diberikan agar nasabah merasa lebih nyaman dalam bertransaksi dengan BMT Khairul Amin Martapura. Pada prinsipnya kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah/anggota. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan BMT Khairul Amin Martapura meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan.

Pelayanan yang diberikan ini merupakan pelayanan yang biasa diberikan oleh lembaga keuangan perbankan secara modern yaitu 3S (senyum, sapa, salam). Ketika nasabah/anggota datang untuk melakukan transaksi, karyawan (*teller*) berdiri menyambut nasabah/anggota, memberi senyum yang ramah, kemudian menyapa nasabah/anggota yang datang. Senyum terhadap nasabah/anggota agar nasabah/anggota merasa nyaman dalam melakukan transaksi, karena pelayanan yang ramah merupakan kunci kesuksesan untuk mempertahankan nasabah/anggota. Setelah *teller* memberi senyum, *teller* pun menyapa nasabah/anggota, dan menanyakan apa keperluan nasabah/anggota tersebut. Sebuah sapaan akan memantapkan dasar pondasi yang telah kita buat dengan senyum dan salam, dengan sapaan kita menunjukkan bahwa kita terbuka “*care*” terhadap nasabah/anggota.

Hadits berikutnya adalah tentang pentingnya tersenyum. Senyum menjadi sambutan yang paling hangat dibandingkan apapun, bahkan tak jarang senyum menjadikan interaksi lebih akrab. Rasulullah SAW mengajarkan hal ini kepada kita dalam salah satu hadits yang diriwayatkan sahabat Abu Dzar al-Ghifari :

...تبسمك في وجه أخيك صدقة...

Artinya: “Tersenyum dihadapan saudaramu adalah sedekah”.

Pelayanan prima atau *service excellent* yang diterapkan dalam lembaga keuangan perbankan juga diterapkan oleh karyawan (*teller*) BMT Khairul Amin Martapura dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah/anggota. Pelayanan yang diberikan oleh BMT Khairul Amin Martapura merupakan usaha-usaha yang dilakukan perusahaan untuk melayani nasabah/anggota dengan sebaik-baiknya. BMT Khairul Amin Martapura memberikan pelayanan bukan hanya berorientasi pada pelayanan secara syariah namun juga menggunakan pelayanan secara modern seperti *service excellent*, karena tidak bertentangan dengan syariah Islam. Sebagaimana disebutkan dalam surat Al-Qashas ayat 77.

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۚ
وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Artinya: "... Dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, ...". (QS. Al-Qashas:77).¹⁷

Berdasarkan ayat di atas jika seandainya umat Islam mau menerapkan ajaran-ajaran seperti diatas, maka bisa dipastikan bahwa umat Islam adalah umat yang paling menjunjung tinggi profesionalisme kerja dan pelayanan prima.

Profesionalisme kerja dan pelayanan prima yang diberikan oleh BMT Khairul Amin Martapura sudah sesuai dengan prinsip syariah Islam. Pelayanan yang diberikan oleh BMT Khairul Amin Martapura kepada nasabah/anggota memberikan kesan yang baik terhadap nasabah/anggota. Kesan yang baik membuat nasabah/anggota selalu menggunakan jasa BMT Khairul Amin Martapura. Meski nasabah/anggota selalu menggunakan jasa BMT Khairul Amin Martapura namun produk-produk yang ada di BMT Khairul Amin Martapura sama saja dengan produk-produk yang ada di BMT lain atau lembaga keuangan mikro lainnya. Karena pada dasarnya semua produk yang ada di BMT sama saja, namun yang membedakan hanyalah sistem yang digunakan murni sesuai dengan prinsip syariah Islam. Sistem yang diterapkan oleh BMT Khairul Amin Martapura dalam transaksinya murni mengacu pada prinsip sistem ekonomi syariah.

Berdasarkan penyajian di atas, bahwasannya strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, op. cit., h. 394.

memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijadikan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran atau perusahaan.

Karakteristik dasar produk perbankan, maka *diversifikasi* dan *diferensiasi* produk serta jasa bank merupakan ciri yang umum. Artinya, bank atau lembaga keuangan cenderung memilih untuk melakukan *diversifikasi* dan *diferensiasi* produk dan jasa (*arm's length basis*) yang begitu tinggi. Strategi tersebut cenderung mempercepat evolusi perbankan menjadi *financial supermarket*, dimana sebuah institusi keuangan menyediakan berbagai macam produk dan jasa yang sifatnya spesifik, bahkan cenderung *tailored made*. Praktek *diversifikasi* dan *diferensiasi* tersebut cenderung mengarah kepada peningkatan *switching cost* yang dibebankan kepada konsumen. Intinya adalah, dengan menawarkan variasi produk dan jasa, diharapkan *demand* menjadi kurang elastis sekaligus meningkatkan biaya bagi konsumen untuk beralih ke bank lain (*switching cost*).¹⁸

BMT Khairul Amin Martapura dalam melakukan pengembangan lembaga dengan cara membuka 2 (dua) kantor cabang pembantu. Adapun alasan BMT Khairul Amin Martapura melakukan pembukaan kantor cabang pembantu adalah agar lebih dekat dengan masyarakat sehingga dapat memberikan kemudahan kepada nasabah/anggota dalam mengkases jasa dan melakukan transaksi dengan BMT Khairul Amin Martapura. Dekat dengan masyarakat merupakan salah satu strategi yang digunakan BMT Khairul Amin Martapura dalam menarik minat masyarakat sehingga mengalami

¹⁸ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Op. Cit., h. 29-30.

peningkatkan jumlah nasabah/anggota. Peningkatan jumlah nasabah/anggota merupakan sebuah prestasi yang bagus, karena dengan meningkatnya jumlah nasabah/anggota berarti meningkatnya kepercayaan yang diberikan oleh nasabah/anggota terhadap BMT Khairul Amin Martapura.

Penentuan lokasi dimana kantor cabang pembantu BMT Khairul Amin Martapura akan dibuka atau beroperasi merupakan salah satu faktor yang sangat penting. Dalam persaingan yang ketat dengan BMT atau lembaga keuangan mikro syariah lainnya penentuan lokasi mempunyai pengaruh yang cukup signifikan dalam aktivitas menghimpun dana dari masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Sebab dengan penentuan lokasi yang tepat maka target pencapaian BMT Khairul Amin Martapura akan dapat diraih.

Penentuan lokasi kantor cabang pembantu merupakan kebijakan yang harus diambil dengan hati-hati. Kantor cabang pembantu harus dibangun ditempat yang strategis, yang dekat dengan nasabah/anggota, mudah pencapaiannya (*aksesibilitas*). Ketika nasabah/anggota merasa mudah untuk mengakses kantor cabang pembantu maka tidak ada alasan bagi nasabah/anggota untuk beralih ke BMT lain atau lembaga keuangan mikro syariah lainnya.

Melalui pengembangan lembaga dengan cara membuka 2 (dua) kantor cabang pembantu yang membuat BMT Khairul Amin Martapura menjadi berbeda dengan BMT-BMT lainnya atau lembaga keuangan mikro syariah

lainnya. Melalui pembukaan 2 (dua) kantor cabang pembantu tersebut BMT Khairul Amin Martapura memperoleh beberapa keuntungan yaitu peningkatan jumlah nasabah dan peningkatan jumlah *asset*.

Jumlah nasabah BMT Khairul Amin Martapura yang semula hanya berjumlah 245 orang/nasabah sekarang berjumlah 10.000 orang/nasabah. Peningkatan jumlah menjadi 10.000 orang/nasabah saat ini adalah merupakan jumlah dari 1.500 orang/nasabah pembiayaan dan 8.500 orang/nasabah tabungan. Adapun jumlah *asset* yang dimiliki BMT Khairul Amin Martapura semula hanya berjumlah Rp. 12.5 juta sekarang jumlah *asset* yang dimiliki oleh BMT Khairul Amin Martapura mengalami peningkatan yang cukup baik yaitu berjumlah Rp. 2 Milyar *asset* saat ini. Bahkan apabila 2 (dua) kantor cabang pembantu mengalami kerugian, maka kerugian tersebut tidak akan mempengaruhi pendapatan dari kantor pusat.

Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian. Praktik ekonomi pada masa Rasulullah dan Khulafaurrasyidin menunjukkan adanya peranan pasar yang besar. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Beliau menolak adanya suatu *priceintervention* seandainya perubahan harga terjadi karena mekanisme pasar yang wajar. Namun, pasar di sini mengharuskan

adanya moralitas, antara lain: persaingan yang sehat (*fair play*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparancy*) dan keadilan (*justice*).¹⁹

Ada 4 karakteristik pemasaran Islam (*syariah marketing*) yang dapat jadi panduan bagi pemasar yaitu:²⁰

1. Teistis (*Rabbaniyyah*)

Jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syariah adalah hukum yang paling sempurna. Seseorang *syariah marketer* meyakini bahwa Allah SWT.Selalu dekat dan mengawasi ketika dia sedang melakukan segala macam bentuk bisnis. Oleh karena itu seorang pelaku bisnis haruslah bersikap jujur.

2. Etis (*Akhlaqiyyah*)

Kunci etis dan moral bisnis sesungguhnya terletak pada pelakunya, seorang pengusaha muslim berkewajiban untuk memegang teguh etika dan moral bisnis Islami yang mencakup *khusnul khuluq*. Dalam etika pemasaran Islami, kita sebagai pebisnis harus memberikan jaminan mutu terhadap produk yang kita miliki, terutama kehalalannya.

3. Realitas

Syariah marketing bukanlah konsep yang *eksklusif*, *fantastis*, *anti modernis*, dan *kaku*. *Syariah marketing* adalah konsep pemasaran yang *fleksibel*, sebagaimana keluwesan syariah Islamiah yang melandasinya.

¹⁹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam / P3EI*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 301.

²⁰ Hermawan Kartajaya & Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Jakarta: Mizan Pustaka, 2003), h. 38-39.

Syariah marketing bukanlah berarti para pemasar itu harus berpenampilan ala bangsa orang arab dan mengharamkan berdasi karena dianggap simbol masyarakat barat. *Syariah marketing* adalah para pemasaran professional dengan penampilan yang bersih, rapi dan bersahaja. Apapun model dan gaya berpakaian mereka bekerja dengan professional dan mengedepankan nilai.

4. Humanis

Artinya berperilaku kemanusiaan, hormat menghormati. Pemasaran berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik jangan sampai kegiatan pemasaran malah sebaliknya merusak dan mengganggu masyarakat. Syariat Islam adalah syariat yang humanistik, syariat Islam diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaan terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat keahluannya dapat terkekang dengan panduan syariah, dengan memiliki nilai humanis manusia yang terkontrol dan seimbang bukan manusia yang serakah yang menghalalkan segala cara.

Salah satu prinsip yang harus dimiliki oleh setiap pelaku bisnis dalam setiap kegiatan transaksi bisnisnya adalah dilandasi kejujuran (prinsip kejujuran) dari semua pihak yang terkait. Kejujuran yang diterapkan dalam setiap transaksi bisnis akan mendapat kepercayaan dari berbagai pihak, dimana dalam sebuah bisnis kepercayaan relasi atau konsumen (nasabah/anggota) dalam jangka panjang sangat dibutuhkan untuk perkembangan suatu perusahaan. Kepercayaan itu sendiri tidaklah mudah di

dapatkan, dengan kejujuran yang diterapkan oleh pelaku bisnis maka kepercayaan akan diberikan oleh relasi bisnis kita.

Dari 4 (empat) karakteristik pemasaran Islam (*syariah marketing*) yang dapat dijadikan panduan bagi pemasar, BMT Khairul Amin Martapura sudah menerapkannya dalam kegiatannya setiap hari. Dari pelayanan yang ramah, bersahaja dan apa adanya tanpa dibuat-buat hingga perilaku dari para karyawan BMT Khairul Amin Martapura yang menganggap nasabah/anggota sebagai bagian dari BMT dan memberikan pelayanan yang benar-benar sesuai dengan prinsip syariah Islam (*Rabbaniyyah* dan *Akhlaqiyyah*). Menurut manajer dari BMT Khairul Amin Martapura, dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan prinsip syariah merupakan kewajiban bagi setiap pelaku bisnis umat muslim.

Prinsip kejujuran yang diterapkan oleh BMT Khairul Amin Martapura sangat berdampak pada perkembangan lembaganya. Kejujuran dari para pelaku bisnis akan mendapatkan kepercayaan dari berbagai pihak. Kepercayaan itu dibuktikan oleh nasabah/anggota hingga relasi bisnis dengan menjadi anggota/nasabah aktif dalam jangka waktu yang panjang hingga melakukan berbagai transaksi dengan BMT Khairul Amin Martapura. Bukan hanya kejujuran yang diterapkan namun keramahan para karyawan dalam melayani nasabah/anggota membuat nasabah/anggota nyaman dalam melakukan transaksi.

Pelayanan yang bersahaja diberikan agar nasabah merasa lebih nyaman dalam bertansaksi dengan BMT. Pelayanan yang bersahaja diberikan oleh BMT Khairul Amin sudah sesuai dengan firman Allah SWT pada Al-qur'an Surah Ali-Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.(QS. Ali Imran: 159).²¹

Kepercayaan yang diberikan oleh nasabah/anggota terhadap BMT Khairul Amin Martapura dapat dibuktikan dengan berkembang atau bertambahnya jumlah nasabah/anggota. Dari ketidaktahuannya masyarakat dengan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) pada umumnya dan BMT pada khususnya hingga kepercayaan yang diberikan masyarakat merupakan bukti kerja keras para pelaku bisnis syariah dalam memperjuangkan ekonomi Islam, termasuk sosialisasi yang gencar dilakukan oleh BMT Khairul Amin Martapura dalam mengenalkan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS).

²¹ Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, op. cit., h. 69.

Perkembangan jumlah nasabah/anggota BMT Khairul Amin Martapura pada tahun pertama 245 nasabah/anggota, namun seiring dengan berjalannya waktu jumlah nasabah saat ini 10.000 nasabah/anggota.

D. Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, dan Threat*) BMT Khairul Amin Martapura

Mengingat bahwa lingkungan pemasaran dapat berupa kesempatan dan ancaman bagi BMT Khairul Amin Martapura maka perlu dilakukan suatu analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, dan Threat*), yaitu analisis untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki bank serta sekaligus mengetahui peluang dan hambatan bagi bank.

1. Kekuatan yang dimiliki BMT Khairul Amin Martapura

Kekuatan yang dimiliki oleh BMT Khairul Amin Martapura adalah memiliki 2 (dua) kantor cabang pembantu . Alamat 2 (dua) kantor cabang yang berlokasi di tempat strategis, yang dekat dengan nasabah/anggota, mudah pencapaiannya (*aksesibilitas*) sehingga memberikan kemudahan kepada nasabah/anggota.

BMT Khairul Amin Martapura memiliki program khusus di bidang sosial seperti, pembiayaan *qardul hasan*, pemberian beasiswa, pembagian zakat. Program khusus di bidang sosial ini dimaksudkan sebagai pemicu dalam menambah minat masyarakat dan sebagai sarana dalam memiliki sebuah lembaga ekonomi yang mumpuni.

Pelayanan prima atau *service excellent* yang diterapkan dalam lembaga keuangan perbankan juga diterapkan oleh karyawan (*teller*) BMT Khairul Amin Martapura dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah/anggota. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan BMT Khairul Amin Martapura meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan.

2. Kelemahan yang dimiliki BMT Khairul Amin Martapura

Selama penulis melakukan penelitian di BMT Khairul Amin Martapura, penulis tidak menemukan kelemahan dari BMT Khairul Amin Martapura baik dari segi pelayanan, fasilitas, maupun secara teknis.

3. Peluang yang dimiliki BMT Khairul Amin Martapura

Adapun peluang bisnis secara umum yang dimanfaatkan oleh BMT Khairul Amin Martapura adalah dengan memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi dan menjalin silaturahmi sebagai peluang promosi serta sebagai sarana dakwah syariah. Bahkan sebagai ujung tombak dalam menembus peluang pasar terhadap masyarakat pada tingkat ekonomi kelas menengah ke bawah yang punya komitmen ekonomi syariah.

4. Hambatan yang dimiliki BMT Khairul Amin Martapura

Hambatan yang dimiliki BMT Khairul Amin Martapura adalah mengenai payung hukum yang tidak ada secara khusus untuk melindungi *Baitul Māl Wa Tamwīl* (BMT) seperti lembaga keuangan perbankan dan koperasi.