

**STRATEGI KOPSYAH AL-KAROMAH MARTAPURA DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA
PEMBIAYAAN AR RAHN**

**OLEH
MARLINA**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2022**

**STRATEGI KOPSYAH AL-KAROMAH MARTAPURA DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA
PEMBIAYAAN AR RAHN**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
Dalam Ilmu Ekonomi**

**Oleh:
MARLINA
170101060345**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
BANJARMASIN
2022 M/ 1444 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marlina
NIM : 170101060345
Tempat/Tgl. Lahir : Kandangan Lama, 16 September 1999
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi/makalah dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin,

Yang Membuat pernyataan,



Marlina

PERSETUJUAN

Skripsi Yang berjudul : Strategi Kopsyah Al-Karomah Martapura Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pembiayaan Ar Rahn
Ditulis Oleh : Marlina
NIM : 170101060345
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program : Strata Satu (S-1)
Program Studi : Perbankan Syariah
Tahun Akademik : 2021/2022
Tempat dan Tanggal Lahir : Kandangan Lama, 16 September 1999
Alamat : Kandangan Lama, RT.03, RW. 01, Kecamatan Panyipatan Kabupaten Tanah Laut

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujui untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

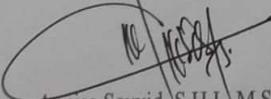
Banjarmasin, Oktober 2022

Pembimbing I



H. Badrian, S.Ag., M. Ag.
NIP 197307171997031002

Mengetahui,
Ketua Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Annisa Sayyid, S.H.I., M.S.I
NIP 19830526 201101 2 007

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Strategi Kopsyah Al-Karomah Martapura Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pembiayaan Ar Rahn”, ditulis oleh Marlina, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 20 Desember 2022

Dinyatakan LULUS dengan predikat: B+ (78)



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin

H. Sukarni, M.Ag

NIP 19630417 199102 1 001

Tim Penguji

No.	Nama	Tanda Tangan
1.	H. Badrian, M.Ag (Ketua)	1.
2.	Erissa Nilasari, S.P., M.P. (Anggota)	2.
3.	Dr. Radiansyah, S.Ag., M.P.d.I. (Anggota)	3.
4.	Annisa Mahfuzah, M.H. (Anggota)	4.

ABSTRAK

Marlina, 2022. Strategi Kopsyah Al-Karomah Martapura Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pembiayaan Ar Rahn. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: H. Badrian, S.Ag., M. Ag..

Kata Kunci: Strategi, Pembiayaan. Ar Rahn

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh jumlah anggota Kopsyah Al-Karomah yang mengalami kenaikan 1 sampai 20 orang saja setiap bulannya khususnya untuk produk Ar Rahn.

Penelitian ini bertujuan: 1) untuk mengetahui kekuatan, kelemahan peluang dan ancaman yang dihadapi strategi yang dilakukan oleh Kopsyah Al-Karomah Martapura, 2) untuk mengetahui langkah-langkah yang dilakukan Kopsyah Al-Karomah Martapura dalam meningkatkan jumlah anggota..

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui dokumentasi dan wawancara kemudian dianalisis secara kuantitatif.

Penelitian ini menghasilkan temuan: *pertama*, BMT Al-Karomah Martapura mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Adapun kekuatan adalah memiliki karyawan yang trampil, jam operasional yang tinggi dan memiliki lokasi yang strategis. Adapun kelemahannya adalah kurangnya kinerja karyawan kurang maksimal, kelengkapan alat oprasional yang masih terbatas, dan masih kurang intensif dalam menjalankan strategi pemasaran dan promosi. Adapun peluang yang BMT Al-Karomah Martapura adalah target pasar yang pasti yaitu masyarakat yang memiliki usaha produktif di wilayah Martapura dan sekitarnya, dan adanya media sosial yang di minati oleh masyarakat. Adapun ancaman yang dimiliki oleh BMT Al-Karomah Martapura adalah pesaing sudah mulai menerapkan margin yang lebih kecil, dan pesaing yang sudah mulai mengikuti cara yang dilakukan oleh BMT Al-Karomah Martapura. *Kedua*, Langkah yang diterapkan BMT Al-Karomah Martapura guna meningkatkan jumlah anggota adalah dengan meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial, serta peningkatan kualitas pelayanan guna merealisasikan Kepuasan anggota.

MOTTO

“Barang siapa bertawakkal kepada Allah, maka Allah akan memberikan kecukupan padanya dan sesungguhnya Allah lah yang akan melaksanakan urusan (yang dikehendakin-Nya)” (QS. Ath-Thalaq: 3)

“Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan.” (Al-Mujadillah:

11)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Huldani dan Ibunda Sinar Mutiara, yang tak kenal lelah dalam menjaga, merawat saya dengan penuh kasih sayang, pengorbanan dan memotivasi.
2. Kakak tersayang yang tidak kenal lelah memberikan semangat hingga skripsi ini bisa diselesaikan.
3. Sahabat-sahabat tersayang yang telah memberikan dukunan kekuatan, dan selalu memberikan semangat dan selalu mengisi hari-hari ku dengan canda tawa.

Karya ini memang tidak sebanding dengan apa yang kalian semua telah berikan kepada saya, namun saya berharap karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua. *Āmīn Yā Rabbal ‘Ālamīn.*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba`	B	Be
ت	Ta`	T	Te
ث	Ša`	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Šad	Š	es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	Đ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Waw	W	We
ه	Ha`	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ی	Ya`	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

متعقدين	Ditulis	<i>muta‘aqqidīn</i>
عدَّة	Ditulis	<i>‘iddah</i>

C. Tā’marbūtah

1. Apabila dimatikan ditulis h.

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliyā’</i>
---------------	---------	---------------------------

2. Apabila ta’marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakātul-ḥiṭri</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

ـَ	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
ـِ	Faṭḥah	Ditulis	<i>A</i>
ـُ	Ḍammah	Ditulis	<i>U</i>

E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جاهلية	Ditulis	<i>ā – jāhiliyyah</i>
---	-------------------------	---------	-----------------------

2	Fathah + ya'mati يسعى	Ditulis	<i>ā - yas'ā</i>
3	Kasrah + ya'mati كريم	Ditulis	<i>ī - karīm</i>
4	Dammah + wawu mati فروض	Ditulis	<i>ū - furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya' mati بينكم	Ditulis	<i>ai - Bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati قول	Ditulis	<i>au - Qaulun</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Apabila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf "al".

القرآن	Ditulis	<i>al - Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al - Qiyās</i>

2. Apabila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf "al"nya.

السماء	Ditulis	<i>as - Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy - Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Ẓawī al - furūd</i> atau <i>Ẓawīl - furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as - sunnah</i> atau <i>ahlussunnah</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Segala puji hanyalah bagi Allah SWT, atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad SAW., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Kopsyah Al-Karomah Martapura Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pembiayaan Ar Rahn”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sukarni M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin
2. Ibu Annisa Sayyid, S.H.I., M.S.I selaku Ketua jurusan Perbankan Syariah, beserta seluruh staf yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

3. Bapak H. Badrian, S.Ag., M. Ag. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan petunjuk, arahan serta motivasi mengenai penyusunan konsep dan materi skripsi.
4. Perpustakaan Pusat UIN Antasari Banjarmasin dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta semua karyawan dan karyawan yang banyak membantu penulis dalam melengkapi literatur yang diperlukan.
5. Seluruh informan yang telah bersedia memberikan informasi yang peneliti perlukan sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

Semoga semua bantuan yang diberikan mendapat ganjaran di sisi Allah swt. dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. *Āmīn Yā Rabbal ‘Ālamīn.*

Banjarmasin, Oktober 2022
Penulis

Marlina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
D. Definisi Operasional.....	8
E. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
F. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II STRATEGI, PEMBIAYAAN, DAN AR RAHN.....	13
A. Strategi.....	13
1. Pengertian strategi	13
2. Unsur-unsur Strategi.....	14
3. Fungsi strategi.....	15
B. Pembiayaan.....	16
C. Ar-Rahn	22
1. Pengertian Ar-Rahn	22
2. Dasar Hukum ar-Rahn	24
3. Rukun Ar-Rahn.....	27
4. Syarat Gadai.....	27
5. Akad Perjanjian Gadai.....	30
6. Tujuan <i>Rahn</i>	31
7. Pemanfaatan Barang Gadai (<i>Marhun</i>).....	32
8. Pemeliharaan Barang Gadai (<i>Marhun</i>)	33
9. Berakhirnya Akad Rahn	34
D. Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Treath</i>)	36
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	32
B. Lokasi Penelitian	32
C. Subjek Penelitian dan Objek Penelitian	33

D. Data Dan Sumber Data	33
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	35
BAB IV LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	38
A. Gambaran Umum tentang BMT Al-Karomah Martapura	38
1. Sejarah Pendirian.....	38
2. Dasar Pendirian	40
3. Tujuan.....	41
4. Visi dan Misi BMT Al-Karomah Martapura.....	42
5. Prinsip Kerja.....	43
6. Struktur Organisasi BMT Al-Karomah Martapura	43
7. <i>Deskripsi Kerja</i>	45
B. Penyajian Data.....	58
1. Kekuatan, kelemahan peluang dan ancaman yang dihadapi strategi yang dilakukan oleh Kopsyah Al-Karomah Martapura.	58
2. Langkah-langkah yang dilakukan Kopsyah Al-Karomah Martapura dalam meningkatkan jumlah anggota.	63
C. Analisis Data	72
BAB V PENUTUP	76
A. Simpulan.....	76
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1. Faktor Internal BMT AI-Karomah Martapura	61
Tabel 4. 2. Faktor Eksternal BMT AI-Karomah Martapura	63
Tabel 4. 3. Matrik SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity, Threat).....	64
Tabel 4. 4. Matrik IFAS (Internal Factors Analysis Summary).....	67
Tabel 4. 5. Matrik EFAS (External Factors Analysis Summary)	69
Tabel 4. 6. Matriks IFAS+EFAS	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1. Struktur Organisasi BMT Al-Karomah Martapura	44
Gambar 4. 2. Diagram Analisis SWOT Clothingan Blackstar.....	71

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sekarang ini perusahaan yang didirikan apapun bentuknya baik yang bergerak di bidang perdagangan maupun jasa semua tidak lepas dari namanya strategi. Strategi mempunyai peran penting bagi kelangsungan sebuah organisasi itu sendiri, pengertian strategi sendiri adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. (Lestari, 2008). Pengertian lain mengatakan strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya, dan sekaligus dapat dibentuk strategi yang tertealisasi muncul dalam tanggapan terhadap strategi yang dapat berkembang melalui sebuah proses perumusan (formulation) yang di ikuti oleh pelaksanaan (implementation) (Usmara, 2008, hal. 27).

Bagian pemasaran sebagai ujung tombak suatu perusahaan diharapkan untuk mampu mendistribusikan produknya dengan cara yang efektif dan seefisien mungkin, sehingga mampu merealisasikan tujuan perusahaan baik untuk jangka pendek dan jangka panjang.

Munculnya lembaga keuangan syariah memberikan angin segar bagi umat Islam, khususnya di Indonesia. Salah satunya adalah Koperasi syariah BMT (Koperasi Syariah Baitul Mal Wat Tamwil), yaitu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana anggota dan menyalurkannya kembali kepada

anggota dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah melalui mekanisme yang lazim dalam dunia perbankan. Prinsip syariah dalam kegiatan usaha Lembaga Keuangan Syariah (LKS) adalah perjanjian berdasarkan hukum Islam antara LKS dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai prinsip syariah. (S, 2008, hal. 40)

Lembaga keuangan syariah yang ada di martapura adalah BMT Al-Karomah Martapura yaitu Badan Usaha Koperasi yang bergerak pada pembiayaan simpan pinjam (mudharabah, murabahah, musyarakah, al qard, hasan, raihan, dan lain- lain), serta sektor jasa lainnya yang tidak mengikat. Koperasi syariah ini menganut 2 (dua) fungsi, yaitu sebagai Baitul Tamwil yakni melakukan kegiatan pengembangan usaha dalam bentuk produktif dan investasi, serta Baitul Maal berfungsi sebagai penerima dana sosial seperti : ZIS, Hibah, Wakaf dan lain-lain.

Berdirinya Kopsyah Al-Karomah Martapura menjadi lembaga yang sangat penting bagi masyarakat. Salah satu produk pembiayaan dari BMT Al-Karomah Martapura kepada anggota adalah pembiayaan menggunakan akad Ar-Rahn, yaitu menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurut pandangan syara' sebagai jaminan hutang, hingga orang yang bersangkutan boleh mengambil hutang atau sebagian (manfaat) barangnya itu.

Menurut etimologi, *rahn* mempunyai arti tetap, kekal, dan jaminan. Sedangkan secara terminology *syara'*, *rahn* berarti penahanan terhadap suatu barang dengan hak sehingga dapat dijadikan sebagai pembayaran dari barang tersebut. (Syafe'i, Fiqih Muamalah, 2001, hal. 159). Teknisnya *rahn* adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang

diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa *rahn* adalah semacam jaminan hutang atau gadai.

Ada beberapa definisi yang dikemukakan oleh ulama fiqih, diantaranya ulama Madzhab Maliki mendefinisikan *rahn* sebagai harta yang oleh pemiliknya dijadikan jaminan hutang yang bersifat mengikat. Ulama Madzhab Hanafi mendefinisikan *rahn* dengan “menjadikan sesuatu (barang) sebagai jaminan terhadap hak (piutang) yang mungkin dijadikan sebagai pembayar hak (piutang tersebut), baik seluruhnya maupun sebagiannya”. Sedangkan ulama Madzhab Syafi’I dan Madzhab Hambali mendefinisikan *rahn* dalam arti akad, yaitu “menjadikan materi (barang) sebagai jaminan hutang yang dapat dijadikan pembayar hutang apabila orang yang berhutang tidak membayar hutang nya itu”. (Sjahdeini, 2007, hal. 76).

Tujuan akad *rahn* adalah untuk memberi jaminan pembayaran kembali kepada Lembaga Keuangan Syariah dalam memberikan pembiayaan. Adapun barang yang digadaikan anggota wajib memenuhi kriteria-kriteria sebagai berikut yaitu milik anggota sendiri, jelas ukuran sifat dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai riil pasar, dan dapat dikuasai namun tidak boleh dimanfaatkan oleh anggota.

Boleh tidaknya transaksi gadai menurut Islam, diatur dalam Al-Qur’an. Ayat Al-Qur’an yang dapat dijadikan dasar hukum perjanjian gadai adalah. QS. Al-Baqarah[2]: 283 sebagai berikut:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي الَّذِي أُوْتِيَ مِنْ أَمْنَتِهِ
وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai), sedangkan kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu memperayai sebagian yang lain. Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertaqwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian dan barangsiapa yang menyembunyikannya. Maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

Syariah Islam juga memerintahkan umatnya supaya tolong menolong, yang kaya harus menolong yang miskin, yang mampu harus menolong yang tidak mampu. Salah satu bentuk tolong menolong yang di syariatkan dalam Islam adalah *rahn* (gadai). (Chuzaimah T. Yanggo, 2004, hal. 78). Allah berfirman dalam surah Al-Maidah ayat 2 sebagai berikut:

وَتَعَاوَنُوا عَلَىٰ الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَىٰ الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan kebajikan) dan taqwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.

Untuk memasarkan produk tersebut, diperlukan strategi yaitu agar masyarakat luas mengetahui produk pembiayaan dengan akad Ar-Rahn (gadai) syariah yang bebas dari bunga. Dimana bunga adalah riba dan dilarang oleh agama Islam. Allah berfirman dalam surah Ali-Imron ayat 130:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda, dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.” (QS Ali –Imran: 130).

BMT Al-Karomah Martapura dalam meningkatkan jumlah anggotanya menggunakan strategi promosi, menjalin kerjasama dengan instansi-instansi swasta dan pemerintah, apabila memungkinkan juga dilakukan penurunan tingkat bagi hasil dari pembiayaan dan menaikkan bagi hasil dari simpanan untuk menarik orang yang ingin menabung. Penulis memilih BMT Al-Karomah Martapura karena produk Ar-Rahn di BMT Al-Karomah sebab produk ini tidak menerapkan denda. Apabila anggota terlambat menebus barang yang di gadaikan, namun hanya mengenakan Biaya pemeliharaan saja. Tidak seperti lembaga lain yang menerapkan denda jika anggota terlambat menebus benda yang di gadaikan.

Pembiayaan atau financing merupakan pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan atau pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan baik dilakukan sendiri maupun lembaga. (Sanwani, 2017, hal. 96).

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan dengan karyawan BMT Al-Karomah Martapura diketahui jumlah seluruh anggota pembiayaan Ar-Rahn sebanyak kurang lebih 1.300 anggota, dengan peningkatan setiap bulannya rata-rata sekitar 10-20 anggota, jumlah peningkatan tersebut di nilai sangat sedikit. Apabila dibandingkan dengan jumlah penduduk Kota Martapura. Penambahan jumlah anggota yang berjalan lambat ini disebabkan oleh banyaknya lembaga keuangan lain yang juga menawarkan produk sejenis seperti pegadaian, maupun lembaga-lembaga keuangan swasta yang juga memiliki produk gadai.

Anggota yang melakukan pembiayaan dari produk Ar-Rahn di BMT Al-Karomah Martapura biasanya lebih sering menggadaikan SK, ini apabila anggota

tersebut dari instansi pemerintah, namun jika anggota tersebut dari instansi swasta yang digadaikan bisa berupa barang berharga, BPKB, dan sertifikat.

Dari penjelasan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang “Strategi Kopsyah Al-Karomah Martapura Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pembiayaan Ar-Rahn”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dibuat rumusan masalah dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa kekuatan, kelemahan peluang dan ancaman yang dihadapi spada strategi yang dilakukan oleh Kopsyah Al-Karomah Martapura?
2. Langkah-langkah apa yang dilakukan Kopsyah Al-Karomah Martapura dalam meningkatkan jumlah anggota?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan peluang dan ancaman yang dihadapi strategi yang dilakukan oleh Kopsyah Al-Karomah Martapura.
2. Untuk mengetahui langkah-langkah yang dilakukan Kopsyah Al-Karomah Martapura dalam meningkatkan jumlah anggota.

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat dan dapat berguna dalam dua aspek antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini menjadi temuan atau referensi baru bagi semua para mahasiswa-mahasiswi khususnya, supaya bisa mengembangkan ilmu secara luas dengan demikian banyak teori baru yang bisa ditemukan dan bisa menambahi apa yang kurang dari penelitian sebelumnya.

2. Manfaat Praktis

a. Pihak Kopsyah

Penelitian ini diharapkan juga dapat bermanfaat bagi pihak Kopsyah yakni menjadi bahan masukan berupa informasi tentang strategi yang benar dan sesuai dengan ajaran Islam sehingga dapat menentukan kebijakan bagi Kopsyah Al-Karomah Martapura.

b. Peneliti

Mengetahui lebih dalam mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi Kopsyah Al-Karomah Martapura. Besert langkah-langkah yang dilakukan Kopsyah Al-Karomah Martapura dalam meningkatkan jumlah anggota.

c. Akademisi

Peneliti ini diharapkan mampu memberikan pemikiran dan pengetahuan bagi akademisi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi Kopsyah Al-Karomah Martapura beserta langkah-langkah yang dilakukan Kopsyah Al-Karomah Martapura dalam meningkatkan jumlah anggota sehingga mampu memberikan kontribusi positif bagi perkembangan manajemen strategi secara baik dan benar.

D. Definisi Operasional

Agar lebih memperjelas maksud dari judul diatasdan untuk menghindari penafsiran keliru dalam memahami tulisan ini, maka penulis mengemukakan definisi operasional sebagai berikut:

1. Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya, dan sekaligus dapat dibentuk strategi yang terrealisasi muncul dalam tanggapan terhadap strategi yang dapat berkembang melalui sebuah proses perumusan (formulation) yang di ikuti oleh pelaksanaan (implementation). (Usmara, 2008, hal. 27). Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan perencanaan untuk mencapai sebuah tujuan dalam ketahanan anggota pembiayaan Ar-Rahn.
2. Anggota koperasi adalah pemilik dan sekaligus pengguna jasa koperasi. Artinya, bahwa koperasi Simpan Pinjam hanya boleh melayani (menghimpun dan menyalurkan dana) kepada anggota. Ketika masyarakat umum ingin menabung atau menyimpan dan meminjam atau melakukan pembiayaan dari koperasi, maka harus menjadi anggota koperasi terlebih dahulu.
3. Ar-Rahn dalam istilah hukum positif disebut dengan barang jaminan, agunan, runguhan, cagar atau cagaran dan tanggungan. Dalam Islam *ar-rahn* merupakan sarana saling tolong menolong bagi umat Islam, tanpa ada imbalan jasa. (Syafe'i, Fiqih Muamalah, 2001, hal. 159) BMT Al-Karomah memiliki beberapa jenis produk pembiayaan yaitu Mudharabah, Murabahah, Musyarakah, Al Qard Hasan dan Ar-Rahn. Produk Mudharabah berjangka (Deposito). Sedangkan di produk tabungan memiliki beberapa jenis tabungan yaitu Wadi'ah, Tarbiyah/Pendidikan, Idul Fitri, Ibadah Qurban, Walimah,

Ziarah/Wisata dan Ibadah Haji/Umrah. Jadi pembiayaan Ar-Rahn atau gadai adalah suatu kegiatan hutang piutang antara kedua belah pihak, dengan menjadikan suatu barang yang berharga atau bernilai sebagai jaminannya.

4. Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) merupakan lembaga keuangan mikro (LKM) yang dalam melaksanakan segala operasionalnya harus dilandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) dalam penelitian ini adalah BMT Al Karomah Martapura yang tersusun atas dua kata golongan yang masing-masing mempunyai makna sendiri, yakni *Baitul maal* dan *Baituttamwil*. Baitul maal adalah lembaga keuangan yang berorientasi sosial keagamaan yang kegiatan utamanya menampung serta menyalurkan harta masyarakat berupa zakat, infaq, dan shodaqoh (ZIS), sesuai dengan ketentuan prinsip syariah. Sedangkan baituttamwil adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah. (Anam, 2012, hal. 37)

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Berdasarkan penelaahan terhadap beberapa penelitian yang terdahulu yang penulis lakukan berkaitan dengan masalah gadai, maka telah ditemukan penelitian yang sebelumnya yang juga mengkaji tentang gadai. Namun demikian, ditemukan substansi yang berbeda dengan persoalan yang penulis angkat. Penelitian yang dimaksud yaitu penelitian yang dilakukan oleh Rini Rahmawati (0901160173) jurusan perbankan syariah yang berjudul "*Eksplorasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Anggota Qard Beragunan Emas Ib Ar-Rahman Pada Bank*

Kalsel Syariah". Disini penulis mengkaji tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat anggota *qard* beragunan emas *Ib Ar-Rahman* pada Bank Kalsel Syariah.

Skripsi selanjutnya yang berjudul "strategi pemasaran gadai emas pada bank bri syariah, cabang banjarmasin. Oleh nida amalia (07011580010) jurusan Ekonomi islam. Disini penulis mengkaji tentang strategi apa saja yang digunakan oleh Bank BRI Syariah cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk gadai emasnya, kendala dalam memasarkan dan tinjauannya dari perspektif pemasaran islami. Dengan demikian terdapat pokok permasalahan yang berbeda dari penelitian yang telah penulis kemukakan di atas dengan persoalan yang akan penulis teliti.

Artikel berjudul "*The Retention Strategy of Cooperative Business in Industrial Revolution Era 4.0*" oleh Setianingsih dan Lisara. Penelitian ini fokus pada pola dan strategi kelangsungan koperasi sehingga pola dan strategi tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan kelangsungan hidup koperasi lainnya. usaha koperasi. Sementara penelitian yang akan dilakukan memfokuskan pada strategi dalam meningkatkan jumlah anggota. Kesamaannya adalah sama-sama membahas mengenai strategi dan objeknya adalah koperasi. (Setianingsih & Lisara, 2019).

Artikel berjudul "*Strategy to improve The Competitiveness of Cooperatives*" oleh Rusdarti dan Wijang Sakitri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi koperasi dalam meningkatkan daya saingnya berdasarkan pemanfaatan teknologi informasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, analisis pada daya saing koperasi dengan *Policy Analysis Matrix (PAM)* dengan mempertimbangkan input dan output (Rusdarti & Sakitri,

2020). Meskipun sama-sama mengenai strategi koperasi dalam meningkatkan daya saing sementara penelitian sekarang fokusnya adalah strategi koperasi dalam meningkatkan jumlah anggota.

Artikel berjudul “*Communication strategies of the Multipurpose Syari’ah Cooperative of Musi Sejahtera Palembang in Improving the Welfare of the Members*” oleh Muhammad Taufik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi program pengembangan koperasi syariah bisnis serba guna. : Musi Sejahtera Palembang”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi koperasi Syari’ah Serba Usaha Musi Sejahtera Palembang dalam meningkatkan kesejahteraan anggotanya dilakukan melalui persona individual dan komunikasi (Taufik, 2020).

Artikel berjudul “*Cooperation strategies when leading firms compete with small and medium-sized enterprises in a potentially competitive market*”. Oleh Hengyu Li dan Junwu Chai. Strategis yang difokuskan pada penelitian ini adalah mengenai strategi dalam bersaing, sementara penelitian yang akan dijalankan adalah fokus pada peningkatan anggota. (Li & Chai, 2022).

F. Sistematika Penulisan

Untuk lebih terarahnya pembahasan dan penulisan proposal ini, maka disini perlu digunakan sistematika yang dibagi menjadi V (lima) bab masing-masing bab terdiri dalam beberapa sub bab, yang sistematika tersebut sebagai berikut:

Bab pertama, Pendahuluan yang membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika penelitian.

Bab kedua: Landasan teori merupakan pedoman atau acuan agar dapat menganalisis data yang diperoleh. Hal ini dikarenakan penting untuk berpatokan pada sebuah tujuan teoritis yang akan menguraikan berbagai teori yang dilakukan. Teori-teori yang akan dikemukakan dalam bab ini adalah mengenai mengenai strategi, pembiayaan dan Ar Rahn yang akan membantu dalam tahap analisis data yang dilakukan oleh peneliti.

Bab ketiga, Metode Penelitian merupakan tatacara bagaimana suatu penelitian akan dilaksanakan. Metode penelitian akan membicarakan mengenai tata cara pelaksanaan penelitian baik bentuk penelitian itu sendiri maupun teknik yang digunakan agar mendapatkan hasil penelitian yang tepat. Maka dari itu bab ini menjadi acuan dari cara meneliti pada penelitian yang dilakukan.

Bab keempat, Penyajian dan Analisis Data berdasarkan hasil penelitian lapangan yang telah dilakukan dan dianalisis, terdiri dari penyajian data yang meliputi laporan hasil penelitian dari penelitian lapangan yang telah dilakukan.

Bab kelima, Penutup merupakan bab terakhir dan berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yang mencakup pembahasan masalah dan saran-saran atau masukan kepada pihak yang terkait.

BAB II

STRATEGI, PEMBIAYAAN, DAN AR RAHN

A. Strategi

1. Pengertian strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani Kuno yang berarti “seni berperang” suatu strategi memiliki dasar-dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. (Purwono, 2001, hal. 20)

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*manajemen*) untuk mencapai suatu tujuan. Pengertian lain mengatakan strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.

Strategi merupakan faktor yang paling penting dalam mencapai tujuan perusahaan, keberhasilan suatu usaha tergantung pada kemampuan pemimpin yang bias dalam merumuskan strategi yang digunakan. Strategi perusahaan sangat tergantung dari tujuan perusahaan, keadaan dan lingkungan yang ada. Strategi adalah keseluruhan upaya, dalam rangka mencapai sasaran dan mengarah pengembangan rencana marketing yang terinci. (Mursyid, 2014, hal. 26)

2. Unsur-unsur Strategi

Strategi berupaya untuk mengarahkan bagaimana suatu organisasi bermaksud memanfaatkan lingkungannya, serta memilih upaya agar pengorganisasian secara internal dapat disusun dan direncanakan bagi pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, strategi merupakan pasar pengintegrasian konsep yang berorientasi secara eksternal, tentang bagaimana upaya kita lakukan agar dapat menjadi dasar bagi pencapaian tujuan dan sasaran organisasi.

Bila suatu organisasi mempunyai suatu strategi, maka strategi itu harus mempunyai bagian-bagian yang mencakup unsure-unsur strategi. Suatu strategi mempunyai 5 (lima) unsure, dimana masing-masing unsure dapat menjawab masing-masing pertanyaan berikut:

- a. Dimana organisasi selalu aktif dalam menjalankan aktivitasnya. Unsure ini dikenal sebagai gelanggang aktivitas atau *arena*. Gelanggang aktivitas atau *arena* merupakan area (produk, jasa saluran distribusi, pasar geografis lainnya) dimana organisasi beroperasi. Arena ini sangat mendasar pemilihan keputusan oleh para orang strategis, yaitu dimana atau di area organisasi akan beraktivitas.
- b. Bagaimana kita dapat mencapai arena, yaitu penggunaan sarana kendaraan atau *vehicles*. Sarana kendaraan atau *vehicles* yang digunakan untuk dapat mencapai arena sasaran. Unsur ini harus dipertimbangkan untuk diputuskan oleh para strategis, yang berkaitan dengan bagaimana organisasi dapat mencapai arena sasaran. Dalam penggunaan sarana atau *vehicles* ini, perlu dipertimbangkan besarnya resiko kegagalan dari penggunaan sarana untuk ekspansi tersebut. Resiko tersebut dapat berupa terlambatnya masuk pasar atau besarnya biaya

yang sebenarnya tidak dibutuhkan atau tidak penting, serta kemungkinan resiko gagal secara total.

- c. Bagaimana kita dapat menang di pasar. Hal ini merupakan pembeda atau dikenal dengan *differentiators*. Pembeda yang dibuat atau *differentiators*, adalah unsure yang bersifat spesifik dari strategi yang ditetapkan, seperti bagaimana organisasi akan dapat menang atau unggul dipasar, yaitu bagaimana organisasi akan mendapatkan pelanggan secara luas.
- d. Apa langkah atau tahap, serta urutan pergerakan kegiatan, serta kecepatannya. Unsure ini dikenal sebagai rencana tingkatan atau disebut *staging and pacing*. Tahapan rencana yang dilalui atau *staging*, yang merupakan penetapan waktu dan langkah dari pergerakan strategi. Keputusan pertahapan atau *staging* didorong oleh beberapa factor, yaitu sumber daya (*resource*), tingkat kepentingan atau urgensinya, kredibilitas pencapaian dan factor mengejar kemenangan awal.
- e. Bagaimana hasil akan dapat dicapai, dengan logika ekonomi atau *economic logic*. Pemikiran yang ekonomis merupakan gagasan yang jelas tentang bagaimana manfaat untuk keuntungan yang akan dihasilkan. Strategi yang sangat sukses atau berhasil, tentunya mempunyai dasar pemikiran yang ekonomis, sebagai tumpuan untuk penciptaan keuntungan yang akan dihasilkan.

3. Fungsi strategi

Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Untuk itu, terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu:

- a. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.
 - b. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
 - c. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
 - d. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
 - e. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan.
 - f. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu.
- (Assauri, 2016, hal. 4-7)

B. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan atau financing merupakan pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan atau pemberian dana oleh sebuah pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang dilakukan sendiri maupun lembaga yang telah direncanakan pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan atau pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan (Sanwani, 2017, hal. 96)

Pada intinya istilah pembiayaan mempunyai arti “saya percaya” atau “saya menaruh kepercayaan” dengan kata lain I Believe I Trust. Yang artinya shahibul mal atau lembaga pembiayaan memberikan kepercayaan untuk menjalankan

sebuah amanah kepada seseorang, dalam bentuk pendanaan yang mana dana tersebut harus digunakan dengan sebaiknya/benar dan adil atau saling menguntungkan untuk kedua belah pihak, serta harus dengan syarat-syarat dan ikatan yang jelas.

Adapun prinsip syariah pada pembiayaan, yaitu pada prinsipnya kegiatan pembiayaan dan investasi keuangan menurut syari'ah merupakan prinsip kehalalan dan keadilan, karena pada dasarnya kegiatan usahanya sama dengan kegiatan usaha lainnya (Susyanti, 2016, hal. 4)

2. Fungsi Pembiayaan

Beberapa fungsi pembiayaan yang diberikan kepada penerimanya adapun sebagai berikut :

- a. Meningkatkan kegairahan berusaha
- b. Stabilitas ekonomi
- c. Meningkatkan peredaran uang
- d. Meningkatkan daya guna uang
- e. Meningkatkan daya guna barang
- f. Sebagai alat hubungan ekonomi internasional, dan
- g. Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional (Muhammad, 2015, hal. 204)

3. Unsur Pembiayaan

Pembiayan pada dasarnya diberikan atas dasar kepercayaan. Dengan demikian pemberian pembiayaan adalah pemberian kepercayaan. Hal ini berarti prestasi yang diberikan benar-benar harus diyakini dapat dikembalikan oleh

penerima pembiayaan sesuai dengan waktu dan syarat-syarat yang disepakati bersama. Berdasarkan hal ini unsur-unsur dalam pembiayaan yaitu meliputi:

- a. Lembaga keuangan, yaitu badan usaha yang memberi pembiayaan kepada pihak lain yang membutuhkan dana.
- b. Kepercayaan, yaitu keyakinan dari si pemberi pinjaman bahwa si penerima pinjaman akan mengembalikan pinjaman yang diterimanya sesuai dengan jangka waktu dan syarat-syarat yang disetujui oleh kedua belah pihak.
- c. Akad, yaitu suatu kontrak perjanjian atau kesepakatan yang dilakukan antara lembaga keuangan dan pihak nasabah/mitra.
- d. Jangka waktu, yaitu masa pengembalian pinjaman yang telah disepakati.
- e. Risiko, yaitu adanya suatu tenggang waktu pengembalian akan menyebabkan suatu risiko tidak tertagihnya pembiayaan (non performing loan).
- f. Balas jasa, merupakan keuntungan atas pemberian suatu pinjaman, jasa tersebut yang biasa kita kenal dengan bagi hasil atau margin.

4. Prinsip Penilaian Pembiayaan

Dalam melakukan penilaian permohonan pembiayaan bank syariah bagian marketing harus memperhatikan beberapa prinsip utama yang berkaitan dengan kondisi secara keseluruhan calon nasabah. Di dunia perbankan syariah prinsip penilaian dikenal dengan 5C + 1 S dan 7 P.

a. Character

yaitu penilaian terhadap karakter atau kepribadian calon penerima pembiayaan dengan tujuan untuk memperkirakan kemungkinan bahwa penerima pembiayaan dapat memenuhi kewajibannya.

b. Capacity

Yaitu penilaian secara subyektif tentang kemampuan penerima pembiayaan untuk melakukan pembayaran. Kemampuan diukur dengan catatan prestasi penerima pembiayaan dimasa laluyang didukung dengan pengamatan dilapangan atas sarana usahanya seperti toko, karyawan, alat-alat, pabrik serta metode kegiatan.

c. Capital

Yaitu penilaian terhadap kemampuan modal yang dimiliki oleh calon penerima pembiayaan yang diukur dengan posisi perusahaan secara keseluruhan yang ditunjukan oleh rasio *financial* dan penekanan pada komposisi modalnya.

d. Collateral

Yaitu jaminan yang dimiliki calon penerima pembiayaan. Penilaian ini bertujuan untuk lebih meyakinkan bahwa jika suatu resiko kegagalan pembayaran tercapai terjadi maka jaminan dapat dipakai sebagai pengganti dari kewajiban.

e. Condition

Bank syariah harus melihat kondisi ekonomi yang terjadi dimasyarakat secara spesifik melihat adanya keterkaitan dengan jenis usaha yang dilakukan oleh calon penerima pembiayaan.

f. Syariah

Penilaian ini dilakukan untuk menegaskan bahwa usaha yang akan dibiayai benar-benar usaha yang tidak melanggar syariah sesuai dengan fatwa DSN “*Pengelola tidak boleh menyalahi hukum syariah Islam dalam tindakannya yang berhubungan dengan murabahah*”.

Sedangkan P kredit adalah sebagai berikut:

a. Personality

Yaitu menilai nasabah dari segi kepribadian dan tingkah lakunya sehari-hari maupun masalahnya. *Personality* juga mencakup sikap, emosi, tingkah laku, dan tindakan nasabah dalam menghadapi suatu masalah.

b. Party

Mengklasifikasi nasabah kedalam klasifikasi tertentu atau golongan-golongan tertentu berdasarkan modal, loyalitasnya serta karakternya, sehingga nasabah dapat digolongkan ke golongan tertentu dan akan mendapatkan fasilitas kredit yang berbeda pula dari bank.

c. Purpose

Yaitu untuk mengetahui tujuan nasabah dalam mengambil kredit, termasuk jenis kredit yang diinginkan nasabah. Tujuan pengambilan kredit

dapat bermacam-macam, apakah tujuan untuk konsumtif, produktif atau tujuan untuk perdagangan.

d. Prospect

Yaitu untuk menilai nasabah dimasa yang akan datang apakah menguntungkan atau tidak, atau dengan kata lain mempunyai *Prospect* atau sebaliknya. Hal ini penting mengingat jika suatu fasilitas kredit yang dibiayai tanpa mempunyai *Prospect* bukan hanya bank yang rugi tetapi juga nasabah.

e. Payment

Merupakan ukuran bagaimana cara nasabah mengembalikan kredit yang diambil atau sumber dari mana saja dana untuk pengembalian kredit yang diperolehnya. Semakin banyak sumber penghasilan debitur maka akan semakin baik.

f. Profitability

Untuk menganalisis bagaimana kemampuan nasabah dalam mencari laba. *Profitability* diukur dari periode ke periode apakah tetap sama atau meningkat, apalagi dengan tambahan kredit yang diperolehnya dari bank.

g. Protection

Yaitu bagaimana menjaga kredit yang diberikan oleh bank namun melalui suatu perlindungan. Perlindungan dapat berupa jaminan barang, orang atau jaminan asuransi.

C. Ar-Rahn

1. Pengertian Ar-Rahn

Secara etimologi, kata *rahn* berarti tetap, kekal, dan jaminan. Akad *ar-rahn* dalam istilah hukum positif disebut dengan barang jaminan, agunan, runguhan, cagar atau cagaran dan tanggungan. Dalam Islam *ar-rahn* merupakan sarana saling tolong menolong bagi umat Islam, tanpa ada imbalan jasa. (Syafe'i, Fiqih Muamalah, 2001, hal. 159)

Ar-rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang di tahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa *rahn* adalah semacam jaminan hutang atau gadai. (Antonnio, 1999, hal. 184)

Rahn disebut juga dengan al-habsu yang artinya menahan. Sedangkan menurut syari'at Islam gadai berarti menjadikan barang yang memiliki nilai menurut syariat sebagai jaminan hutang, hingga orang tersebut dibolehkan mengambil hutang atau mengambil manfaat barang tersebut. Pemilik barang gadai disebut *rahin* dan orang yang mengutangkan yaitu orang yang mengambil barang tersebut serta menahannya disebut *murtahin*, sedangkan barang yang di gadaikan disebut *rahn*.

Selain pengertian *rahn* yang dikemukakan diatas, terdapat juga pengertian gadai (*rahn*) yang diberikan oleh para ahli yaitu sebagai berikut:

- a. Ulama Syafi'iyah dan Hanabilah mengemukakan gadai (*rahn*) adalah menjadikan materi (barang) sebagai jaminan hutang, yang dapat dijadikan pembayar utang apabila orang yang berutang tidak bisa membayar hutang nya itu.
- b. Hanafiyah mendefinisikan *rahn* adalah menjadikan sesuatu (barang) sebagai jaminan terhadap hak (piutang) yang mungkin dijadikan sebagai pembayar hak (piutang) itu, baik seluruhnya maupun sebagian.
- c. Malikiyah mendefinisikan gadai (*rahn*) adalah sesuatu yang bernilai harta yang diambil dari pemiliknya sebagai jaminan untuk utang yang tetap (mengikat) atau menjadi tetap.

Berdasarkan pengertian *rahn* (gadai) yang dikemukakan oleh beberapa ahli diatas, dapat diketahui bahwa *rahn* (gadai) adalah menahan barang jaminan yang bersifat materi milik si peminjam (*rahin*) sebagai jaminan atau pinjaman yang diterimanya, dan barang yang diterima tersebut bernilai ekonomi sehingga pihak yang menahan (*murtahin*) memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian utang nya dari barang gadai dimaksud bila pihak yang menggadaikan tidak dapat membayar utang pada waktu yang ditentukan.

Sifat *rahn* secara umum dikategorikan sebagai akad yang bersifat derma, sebab apa yang diberikan penggadai (*rahin*) kepada penerima gadai (*murtahin*) tidak ditukar dengan sesuatu. Yang diberikan murtahin kepada rahin adalah utang bukan penukar atas barang yang digunakan.

Jadi pada intinya pelaksanaan gadai adalah suatu kegiatan hutang piutang antara kedua belah pihak, dengan mejadikan suatu barang yang berharga atau bernilai sebagai jaminannya.

2. Dasar Hukum ar-Rahn

a. Al-Qur'an

QS. Al-Baqarah (2) ayat 283 yang digunakan sebagai dasar hukum dalam membangun konsep gadai adalah sebagai berikut:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ مَّا بَدُّوا كَاتِبًا فَرِهْنٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِيَ أَمْنَتَهُ
وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai), sedangkan kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain. Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertaqwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian dan barangsiapa yang menyembunyikannya. Maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”(QS Al-Baqarah (2) ayat 283).

Pengertian yang dapat dipahami dari ayat di atas adalah Allah SWT memerintahkan pada seseorang yang mengadakan perjanjian utang piutang dalam rahn, maka dapat dilakukan dengan tulisan yang dipersaksikan dua orang saksi laki-laki dan dua orang perempuan. Adapun *rahn* menurut istilah berarti suatu akad utang piutang dengan jaminan suatu barang sebagai penguat kepercayaan utang piutang tersebut. (Majdid, 1994, hal. 290).

Ayat diatas menjelaskan tentang diperbolehkan memberikan barang tanggungan (marhun) sebagai jaminan atas pinjaman atau hutang. Jaminan yang dimaksudkan bukan berupa tulisan atau saksi, melainkan amanah dan kepercayaan

timbang balik. Hutang diterima oleh pengutang, dan jaminan diterima oleh pemberi hutang. Mengenai amanah tersebut dimaksudkan sebagai bentuk kepercayaan dari si Pemberi kepada si Penerima (pihak yang dititipi), bahwa apa yang dititipkannya tersebut akan dipelihara dengan baik, serta pada saatnya untuk dikembalikan secara utuh tanpa ada keberatan dari pihak yang dititipi. Demikian pula si penitip tidak akan meminta melebihi dengan apa yang telah disepakati kedua belah pihak. (Shihab, 2005)

b. Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 Tentang *Rahn*.

Dalam fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Nomor 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn* disebutkan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan hutang dalam bentuk *rahn* dibolehkan dengan ketentuan *murtahin* (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan *marhun* (barang) sampai semua hutang *rahin* (yang menyerahkan barang) dilunasi, *marhun* dan manfaatnya tetap menjadi milik *rahin*. Adapun ketentuan *rahn* tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) *Murtahin* (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan *marhun* (barang) sampai semua utang *Rahin* (yang menyerahkan barang) dilunasi.
- 2) *Marhun* dan manfaatnya tetap milik *rahin*. Pada prinsipnya, *marhun* tidak boleh dimanfaatkan oleh *murtahin* kecuali seizin *rahin*, dengan tidak mengurangi nilai *marhun* dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan dan perawatannya.

- 3) Pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* pada dasarnya menjadi kewajiban *Rahn*, namun dapat juga dilakukan oleh *murtahin*, sedangkan biaya dan pemeliharaan tetap menjadi kewajiban *rahin*.
- 4) Besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.
- 5) Penjualan *marhun*
 - a) Apabila jatuh tempo, *murtahin* harus memperingatkan *rahin* untuk segera melunasi hutangnya.
 - b) Apabila *rahin* tetap tidak dapat melunasi utangnya, maka *marhun* dijual paksa/dieksekusi melalui lelang sesuai syari'ah.
 - c) Hasil penjualan *marhun* digunakan untuk melunasi utang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan.
 - d) Kelebihan hasil penjualan menjadi milik *rahin* dan kekurangannya menjadi kewajiban *rahin*.
 - e) Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajiban atau jika terjadi perselisihan diantara kedua belah pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui badan Arbitrase Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan ketentuan jika dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

3. Rukun Ar-Rahn

Dalam menjalankan pegadaian syariah, pegadaian harus memenuhi rukun gadai syariah. Rukun gadai tersebut antara lain:

- a. *Ar-rahin* (yang menggadaikan). Orang yang telah dewasa, berakal, dipercaya, dan memiliki barang yang akan digadaikan.
- b. *Al-murtahin* (yang menerima gadai). Orang, bank atau lembaga yang dipercaya *rahin* untuk mendapatkan modal dengan jaminan barang (gadai).
- c. *Al-marhun/rahn* (barang yang digadaikan). Barang yang digunakan *rahin* untuk dijadikan jaminan dalam mendapatkan hutang.
- d. *Al-marhun bih* (hutang). Sejumlah dana yang diberikan *murtahin* kepada *rahin* atas dasar besarnya tafsiran *marhun*.
- e. *Shigat*, Ijab dan Qabul. Kesepakatan antara *rahin* dan *murtahin* dalam melakukan transaksi gadai.

4. Syarat Gadai

- a. Rahin dan Murtahin

Pihak-pihak yang melakukan perjanjian *rahn*, yaitu rahin dan murtahin harus mengikuti syarat-syarat berikut kemampuan, yakni berakal sehat. Kemampuan juga berarti kelayakan seseorang untuk melakukan transaksi pemilikan.

- b. Syarat Gadai

- 1) *Shigat* tidak boleh terikat dengan syarat tertentu dan juga dengan suatu waktu dimasa depan.

- 2) Rahn mempunyai sisi pelepasan barang dan pemberian hutang seperti halnya akad jual beli. Maka tidak boleh diikat dengan syarat tertentu atau dengan suatu waktu dimasa depan.
- c. Marhun Bih (hutang)
- 1) Harus merupakan hak yang wajib diberikan atau diserahkan kepada pemiliknya.
 - 2) Memungkinkan pemanfaatan. Bila sesuatu menjadi hutang tidak bisa dimanfaatkan, maka tidak sah.
 - 3) Harus dikuantifikasi atau dapat dihitung jumlahnya. Bila tidak dapat diukur atau kuantifikasi rahn itu tidak sah
- d. *Marhun* (barang)

Aturan pokok dalam mazhab Maliki tentang masalah ini ialah bahwa gadai itu dapat dilakukan pada semua macam harga pada semua macam jual beli, pada jual beli mata uang (*sharf*) dan pokok modal pada salam yang berkaitan dengan tanggungan. Demikian itu karena pada *sharf* disyaratkan tunai yakni kedua belah pihak saling menerima. Oleh karena itu, tidak boleh terjadi akad gadai padanya. Begitu pula pada harta modal salam, meskipun menurut pendapatnya agak kurang penting dalam masalah ini. (Mawardi, 2008)

Menurut Imam Syafi'i, syarat-syarat gadai terbagi menjadi dua bagian: *Pertama*, syarat yang menjadi keharusan, yaitu penyerahan barang yang digadaikan. Dengan demikian, jika seseorang menggadaikan rumah, lalu dia tidak menyerahkannya, maka akad tersebut batal karenanya. Dan jika barang yang digadaikan itu sudah berada ditangan orang yang memberikan pinjaman sebelum

akad dilaksanakan, baik karena disewa, dipinjam, *ghasab*, atau yang lainnya, berarti barang tersebut telah berada ditangannya setelah melaksanakan akad. Dengan demikian, syarat sahnya penarikan barang gadai adalah penggadai itu sendiri.

Kedua, syarat-syarat yang berkaitan dengan sahnya gadai, yaitu terdiri dari beberapa macam:

- 1) Yang berkaitan dengan akad, yaitu tidak tergantung pada suatu syarat yang tidak diperlukan dalam akad ketika menyelesaikan hutang piutang, karena hal itu dapat membatalkan gadai.
- 2) Yang berkaitan dengan kedua belah pihak yang melaksanakan akad, yaitu yang menyerahkan dan yang menerima gadai. Syarat bagi keduanya adalah baligh dan berakal. Dengan demikian, suatu akad tidak boleh dilakukan oleh orang gila, ana-anak atau orang idiot.
- 3) Para Ulama Fikih mengemukakan syarat-syarat bagi sahnya rahn menyangkut beberapa hal, yaitu menyangkut syarat-syarat para pihak yang terkait dengan akad rahn, menyangkut syarat-syarat dari akad itu sendiri, menyangkut syarat-syarat hutang, dan menyangkut syarat-syarat agunan. Syarat-syarat tersebut sebagaimana dijelaskan dibawah ini.
- 4) Syarat yang terkait dengan orang yang membuat akad *rahn* adalah bahwa orang itu harus cakap dalam bertindak hukum, menurut jumhur ulama adalah orang yang telah baligh dan berakal. Sedangkan menurut ulama mazhab Hanafi, kedua belah pihak yang berakad tidak diisyaratkan baligh, tetapi cukup berakal saja. Oleh sebab itu, menurut mereka, anak kecil yang *mumayiz* ini mendapat persetujuan dari walinya.

5. Akad Perjanjian Gadai

Ulama Syafi'iyah berpendapat bahwa pegadaian dapat dinyatakan sah apabila memenuhi tiga persyaratan, yaitu:

- a. Harus berupa barang, karena hutang tidak bisa digadaikan.
- b. Penetapan kepemilikan pegadaian atas barang yang digadaikan tidak terhalang seperti *mushaf*.
- c. Barang yang digadaikan bisa dijual manakala sdah masa pelunasan hutang gadai.

Berdasarkan tiga syarat di atas, maka dapat diambil alternatif dalam mekanisme perjanjian gadai, yaitu dengan menggunakan tiga akad perjanjian.

Ketiga akad perjanjian tersebut:

- 1) *Akad Qard Al Hasan*. Akad ini dilakukan untuk anggota yang menginginkan menggadaikan barang untuk keperluan konsumtif. Dengan demikian, anggota (*rahin*) akan memberikan biaya upah atau *fee kepada pegadaian (murtahim)* telah menjaga atau merawat barang-barang gadaian (*marhun*).
- 2) *Akad Mudharabah*. Akad ini dilakukan untuk anggota yang menggadaikan jaminannya untuk menambah modal usaha. Dengan demikian *rahin* akan memberikan bagi hasil kepada murtahin sesuai dengan kesepakatan, sampai modal yang pinjam terlunasi.
- 3) *Akad Bai' Muqayyadah*. Untuk sementara akad ini dapat dilakukan jika rahin yang menginginkan menggadaikan barang nya untuk keperluan produktif. Artinya dalam menggadaikan, *rahn* tersebut menginginkan modal kerja berupa pembelian barang. Sedangkan barang jaminan dapat dimanfaatkan. Dengan demikian, *murtahin* akan memberikan *mark up* kepada *murtahin* sesuai dengan

kesepakatan pada saat akad berlangsung sampai batas waktu yang telah ditentukan. (Anshori, 2006, hal. 94)

6. Tujuan *Rahn*

Tujuan akad *rahn* adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan. *Rahn* (gadai) merupakan transaksi gadai dimana seseorang yang membutuhkan dana dapat menggadaikan barang yang dimilikinya kepada bank syariah dan atas izin bank syariah, orang tersebut dapat menggunakan barang yang digadaikan tersebut dengan syarat harus dipelihara dengan baik. Bank syariah akan membebaskan biaya jasa gadai sesuai dengan kesepakatan. (Sutedi, Perbankan Syariah Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum, 2009, hal. 109)

Tujuan akad *rahn* untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan. Barang yang digadaikan wajib memenuhi kriteria diantaranya milik anggota sendiri, jelas ukuran, sifat, dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai riil pasar serta dapat dikuasai namun tidak boleh dimanfaatkan oleh bank. Atas izin bank, anggota dapat menggunakan barang tertentu yang digadaikan. Apabila barang yang sudah digadaikan cacat atau rusak, maka anggota harus bertanggung jawab. Apabila anggota wanprestasi, bank dapat melakukan penjualan barang yang digadaikan atas perintah hakim. Anggota mempunyai hak untuk menjual barang tersebut dengan seizin bank. Apabila hasil penjualan melebihi kewajibannya, maka kelebihan tersebut menjadi milik anggota. Dalam hasil penjualan tersebut apabila lebih kecil dari kewajibannya, maka

anggota menutupi kekurangannya. (Sutedi, Perbankan Syariah Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum, 2009, hal. 110)

7. Pemanfaatan Barang Gadai (*Marhun*)

Dalam Fiqih, barang gadaian dipandaang sebagai amanat pada tangan *murtahin*, sama dengan amanat lain dia tidak harus membayar apabila barang itu rusak kecuali jika karena tindakannya. Penerima gadai hanya bertanggung jawab untuk menjaga, memelihara, dan berusaha semaksimal mungkin agar barang itu tidak rusak. Barang jaminan yang rusak diluar kemampuan *murtahin* tidak harus diganti. Sedangkan biaya pemeliharaannya boleh diambil dari manfaat barang itu sejumlah biaya yang diperlukan. (Yanggo, 2004, hal. 82).

Pemanfaatan *rahin* atas *borg* (barang yang digadaikan), ulama Hanafiyah berpendapat bahwa *rahin* tidak boleh memanfaatkan barang tanpa seizin *murtahin*, begitu pula *murtahin* tidak boleh memanfaatkannya tanpa seizin *rahin*. Ulama Malikiyah berpendapat bahwa apabila *borg* sudah berada ditangan *murtahin*, *rahin* mempunyai hak memanfaatkannya. Adapun ulama Syafi'iyah juga berpendapat bahwa *rahin* dibolehkan untuk memanfaatkan barang jika tidak menyebabkan *borg* berkurang dan tidak perlu meminta izin seperti mengendarainya, menempatnya dan lain-lain. Akan tetapi jika menyebabkan barang berkurang seperti sawah, kebun maka *rahin* harus meminta izin kepada *murtahin*.

Sedangkan untuk pemanfaatan *murtahin* atas *borg*, ulama Hanafiyah berpendapat bahwa *murtahin* tidak boleh memanfaatkan *borg* sebab dia hanya berhak menguasainya dan tidak boleh memanfaatkannya. Ulama Malikiyah

mbolehkan *murtahin* memanfaatkan *borg* jika diizinkan oleh *rahin* atau disyaratkan ketika akad dan barang tersebut merupakan barang yang dapat diperjualbelikan serta ditentukan waktunya secara jelas. Pendapat ini hampir senada dengan pendapat ulama Syafi'iyah. Adapun para jumbuh berbeda dengan ulama Hanabillah, mereka berpendapat jika *borg* berupa hewan, *murtahin* boleh memanfaatkan seperti mengendarai atau mengambil susunya sekedar mengganti biaya meskipun tidak diizinkan oleh *rahin*. *Borg* selain hewan tidak boleh dimanfaatkan kecuali atas izin *rahin*. (Rozalinda, Fikih Ekonomi Syariah Prinsip dan Implementasinya Pada Sektor Keuangan Syariah, 2016, hal. 261).

8. Pemeliharaan Barang Gadai (Marhun)

Dengan tetapnya hak menahan *marhun* ditangan *murtahin*, menurut ulama Hanafiyah *murtahin* berkewajiban memelihara *marhun* sebagaimana ia memelihara hartanya sendiri. *Marhun* adalah amanah di tangan *murtahin*. Sebagai pemegang amanat, maka ia berkewajiban memelihara seperti memelihara harta *wadi'ah*. Selama barang gadai ada ditangan pemegang gadai, maka kedudukannya hanya merupakan suatu amanat yang dipercayakan kepadanya oleh *rahin*. Upaya untuk menjaga keselamatan barang gadai tersebut dapat diadakan perjanjian pemeliharaan. *Murtahin* tidak boleh menyerahkan pemeliharaan kepada orang lain dan ia juga tidak boleh menitipkan pada orang lain. Jika itu terjadi maka ia menanggungnya (*dhamman*). Dalam hal ini *murtahin* boleh mengendarai *marhun* apabila jalannya aman. (Rozalinda, Fikih Ekonomi Syariah Prinsip dan Implementasinya Pada Sektor Keuangan Syariah, 2016, hal. 261)

9. Berakhirnya Akad Rahn

Menurut ketentuan syariat bahwa apabila masa yang telah diperjanjikan untuk pembayara utang telah terlewati maka si berhutang berkewajiban untuk membayar hutangnya. Namun seandainya si berhutang tidak punya kemauan untuk mengembalikan pinjamannya hendaklah ia memberi izin kepada pemegang gadai untuk menjual barang gadaian. Dan seandainya izin ini tidak diberikan oleh si pemberi gadai maka si penerima gadai dapat meminta pertolongan hakim untuk memaksa si pemberi gadai untuk melunasi hutangnya atau memberikan izin kepada si penerima gadai untuk menjual barang gadaian tersebut. Apabila batas waktu pegadaian berakhir dan hutang harus dibayar, pemegang gadai dapat mengajukan permohonan kepada lembaga peradilan agar gadaian itu dijual dan utang akan dibayar dengan hasil penjualan barang tanggungan tersebut. Untuk menghindari kesulitan dan pembiayaan, maka pengurus pegadaian mempunyai wakil yang memiliki kekuasaan untuk bertindak dan dapat dipercayai untuk menjual barang gadaian. (Muslehuddin, 2004. hal. 90)

Apabila pemegang gadai telah menjual barang gadaian tersebut dan ternyata ada kelebihan dari yang seharusnya dibayar oleh si pegadai, maka kelebihan tersebut harus diberikan kepada si pegadai. Sebaliknya sekalipun barang gadaian telah dijual dan ternyata belum dapat melunasi hutang si pegadai, maka si pegadai masih punya kewajiban untuk membayar kekurangannya.

Dapat disimpulkan bahwa akad gadai (rahn) berakhir dengan hal-hal sebagai berikut:

1. Barang telah diserahkan kembali kepada pemiliknya

2. Rahin membayar hutangnya.
3. Dijual dengan perintah hakim atas perintah rahin.
4. Pembebasan hutang dengan cara apapun, meskipun tidak ada persetujuan dari pihak rahin.

Jika marhun mengalami kerusakan karena keteledoran murthahin, maka murthahin wajib mengganti marhun tersebut. Tetapi jika bukan disebabkan oleh murthahin maka murthahin tidak wajib mengganti dan piutangnya tetap menjadi tanggungan rahin.

Jika rahin meninggal dunia atau pailit maka murthahin lebih berhak (preferen) atas marhun daripada semua kreditur. Jika hasil penjualan marhun tidak mencukupi piutangnya, maka murthahin memiliki hak yang sama bersama para kreditur harta peninggalan rahin. Kematian salah satu pihak, orang yang menyerahkan barang gadai atau pemegang barang gadai, bahkan juga kematian mereka berdua, tidak berpengaruh terhadap perjanjian gadai.

Perjanjian tetap berlaku sampai batas waktu yang telah ditentukan. Sepeninggal pihak-pihak bersangkutan, dilanjutkan oleh ahli waris yang bersangkutan. Barang gadai selama ada ditangan pemegang barang gadai berkedudukan sebagai amanat. Untuk menjaga jangan sampai ada pihak-pihak yang dirugikan, dalam perjanjian gadai tidak boleh diadakan syarat, dalam perjanjian gadai tidak boleh diadakan syarat, apabila orang yang menyerahkan barang gadai (pemilik barang) tidak melunasi utangnya pada waktu yang telah ditentukan, dengan sendirinya barang gadai menjadi milik pemegang barang gadai sebagai pembayaran utang. Sebab ada kemungkinan bahwa pada waktu yang telah

ditentukan untuk membayar utang itu harga gadai kurang dari jumlah utang yang harus dibayar, yang berakibat kerugian pada pihak pemegang barang gadai, sebaliknya ada kemungkinan juga bahwa harga barang gadai pada waktu itu lebih besar dari jumlah utang yang harus dibayar, yang akan berakibat kerugian pada pihak orang yang menyerahkan barang gadai (pemilik barang). (Jafri, 2008, hal. 53)

D. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Treath*)

Menurut Thompson Analisis SWOT adalah simpel tetapi merupakan alat bantu yang sangat kuat untuk memperbesar kapabilitas serta mengetahui ketidakefisienan sumber daya perusahaan, kesempatan dari pasar dan ancaman eksternal untuk masa depan agar lebih baik lagi (Thompson, 2016, hal. 97).

Menurut Rangkuti analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*thearts*) (Rangkuti, 2017, hal. 18).

Analisis SWOT adalah merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) yaitu *Strengths, Weakness* dan faktor eksternal (luar) yaitu, *Opportunity* dan *Threats*. Analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu :

- a. *Strengths* (kekuatan) merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.
- b. *Weakness* (kelemahan) merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.
- c. *Opportunity* (peluang) merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Misalnya kompetitor, kebijakan pemerintah dan kondisi lingkungan sekitar.
- d. *Threats* (ancaman) merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

Dan definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dua faktor yang dapat dianalisis, yaitu faktor internal dan eksternal. Analisis internal perusahaan memfokuskan pada identifikasi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dari perusahaan. Sedangkan analisis eksternal menggali dan mengidentifikasi semua peluang (*opportunities*) yang berkembang dan menjadi peluang saat ini serta ancaman (*threats*) dan para pesaing juga lingkungan.

Menurut David (2009, hlm. 327) Matrik SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategis, sebagai berikut:

1. Strategi SO (kekuatan-peluang),

Yaitu memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Semua manajer tentunya menginginkan organisasi mereka berada dalam posisi dimana kekuatan internal dapat digunakan untuk mengambil keuntungan dari berbagai tren dan kejadian eksternal.

2. Strategi WO (kelemahan-peluang),

Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Terkadang, peluang-peluang besar muncul, tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan peluang tersebut.

3. Strategi ST (kekuatan-ancaman),

Strategi ST menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa suatu organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung di dalam lingkungan eksternal.

4. Strategi WT (kelemahan-ancaman)

Strategi WT merupakan taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal. Sebuah organisasi yang menghadapi berbagai ancaman eksternal dan

kelemahan internal benar-benar dalam posisi yang membahayakan. Dalam kenyataannya, perusahaan semacam ini mungkin harus berjuang untuk bertahan hidup, melakukan merger, pengurangan, menyatakan diri bangkrut, dan memiliki likuidasi.

Bila pertimbangan pokok hanya harga dan promosi, maka manajemen dapat memilih satu dari empat strategi berikut, yaitu (Rangkuti, 2017):

1. Strategi menyaring cepat (*rapid skimming strategy*) yaitu menetapkan dengan harga tinggi dan promosi gencar, dan akan berhasil apabila:
 - a. Sebagian besar pasar potensial belum menyadari kehadiran produk.
 - b. Mempunyai minat membeli dan mempunyai daya beli.
 - c. Perusahaan menghadapi pesaing potensial dan ingin membangun preferensi atas mereknya.
2. Strategi menyaring lambat (*slow skimming strategy*) yaitu menetapkan harga tinggi dengan promosi rendah dan akan berhasil apabila:
 - a. Luas pasar terbatas
 - b. Sebagian besar pasar menyadari akan kehadiran produk.
 - c. Pembeli mau membeli dengan harga yang mahal.
 - d. Persaingan potensial tidak tampak.
3. Strategi penerobosan cepat (*rapid penetration strategy*) yaitu strategi dengan menetapkan harga rendah tetapi didukung dengan promosi gencar, dan akan berhasil apabila:
 - a. Ukuran pasar sangat luas.
 - b. Pasar tidak menyadari kehadiran produk.

- c. Kebanyakan pembeli sangat peka terhadap harga.
 - d. Ada indikasi persaingan potensial yang berat.
 - e. Harga pokok produksi cenderung turun mengikuti peningkatan skala produksi dan bertambahnya pengalaman berproduksi.
4. Strategi penerobosan lambat (*slow penetration strategy*) yaitu strategi dengan menetapkan harga rendah dan promosi rendah, dan akan berhasil apabila:
- a. Pasar sangat luas.
 - b. Pasar sangat menyadari kehadiran produk.
 - c. Pasar sangat peka terhadap harga.
 - d. Hanya sedikit persaingan potensial

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara turun langsung kelapangan untuk menggali dan meneliti data. (Arikunto, 2002, hal. 64)

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang disusun secara cermat dan sistematis mulai dari menghimpun hingga menafsirkan dan melaporkan hasil penelitian.

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan data deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan lebih mengambil bentuk kata-kata atau gambar daripada angka-angka bertujuan melengkapi uraian dengan membuat deskriptif dan analisis tentang Strategi BMT Al Karomah Martapura Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Ar Rahn.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Kantor BMT Al-Karomah Kota Martapura yang beralamat di Jl.A Yani Km. 39 No. 11Y Komp.Pusat Pertokoan Sekumpul Martapura, Kecamatan Martapura, Banjar, Kalimantan Selatan 70713.

C. Subjek Penelitian dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian yaitu yang memiliki data mengenai data-data variable yang di teliti. Subjek utama penelitian adalah Kepala Unit dari Kopsyah Al-Karomah Martapura.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan topik permasalahan yang akan di kaji dalam penelitian. Adapun objek penelitian yang akan di analisis oleh penulis yaitu Strategi Kopsyah Al Karomah Martapura Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pembiayaan Ar Rahn.

D. Data Dan Sumber Data

1. Data

Data adalah sebagai keterangan atau bukti mengenai suatu kenyataan yang masih mentah, masih berdiri sendiri, belum diorganisasikan, dan belum diolah, atau kumpulan informasi yang diperoleh dari suatu pengamatan, yang berupa lambing, sifat, dan sekumpulan fakta dari sebuah kejadian. Data yang di gali dalam penelitian ini adalah:

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang diteliti, dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap masalah yang dihadapi. Seperti memperoleh informasi melalui observasi dan wawancara dari objek penelitian. Dalam hal ini penulis melakukan interview atau wawancara secara langsung dengan pihak Kopsyah Al-Karomah Martapura.

- b. Data Sekunder adalah data yang tidak langsung diperoleh dari sumber pertama dan telah tersusun dalam bentuk dokumen tertulis. Data sekunder dapat di peroleh dari buku-buku cetak, jurnal, brosur dan dokumen resmi lainnya yang ada kaitannya dengan masalah yang terjadi di tempat penelitian.

2. Sumber Data

Sumber data adalah sumber dimana data penelitian diperoleh, dalam penelitian ini, sumber data yang di pakai meliputi sumber data primer dan sumber data sekunder, yaitu:

- a. Informan adalah orang yang membantu untuk memberikan informasi tentang situasi dan latar penelitian, yang dimaksud informan dalam penelitian ini yaitu pengelola Kopsyah Al-Karomah Martapura.
- b. Dokumen yaitu berupa buku-buku pendukung dan internet yang berkaitan dengan penelitian yang terdapat pada Kopsyah Al-Karomah Martapura yang berhubungan dengan data yang digali yaitu berupa buku yang mengenai Strategi Kopsyah Al Karomah Martapura Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pembiayaan Ar Rahn.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah-langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian ini adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penulis tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang di tetapkan. (Sugiyono, 2012, hal. 40).

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Dokumentasi, yaitu suatu pengumpulan data yang berhubungan dengan dokumen, catatan, serta laporan yang telah terjadi sesuai dengan masalah.
2. Wawancara (*Interview*), yaitu cara memperoleh data dengan cara melakukan pertanyaan kepada informan terkait permasalahan yang di teliti dengan tetap berpijak pada catatan mengenai permasalahan pokok yang ditanyakan, sehingga kegiatan wawancara tetap terarah pada pokok pembahasan mengenai permasalahan yang di teliti.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

Setelah data-data yang diperlukan sudah digali dan terkumpul, maka langkah selanjutnya mengolah data tersebut menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

a. *Editing* (pemeriksaan data)

Editing adalah meneliti data-data yang telah diperoleh terutama dari kelengkapan jawaban, keterbacaan tulisan, kejelasan makna, kesesuaian dan relevansinya dengan data yang lain. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan proses editing terhadap hasil data wawancara dan dokumentasi terkait Strategi BMT Al Karomah Martapura dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Ar Rahn.

b. *Classifying*(klasifikasi)

Classifying adalah proses pengelompokan semua data baik yang berasal dari hasil wawancara dengan subjek penelitian, pengamatan, dan pencatatan langsung di lapangan atau observasi. Seluruh data yang didapat tersebut

dibaca dan ditelaah secara mendalam, kemudian digolongkan sesuai kebutuhan. Hal ini dilakukan agar data yang telah diperoleh menjadi mudah dibaca dan dipahami, serta memberikan informasi yang objektif yang diperlukan oleh peneliti. Kemudian data-data tersebut dipilih dalam bagian-bagian yang memiliki persamaan berdasarkan data yang diperoleh pada saat wawancara serta data yang diperoleh dari dokumen.

c. *Verifying* (verifikasi)

Verifying adalah proses memeriksa data dan informan yang lebih didapat dari lapangan agar validitas data dapat diakui dan digunakan dalam penelitian.

d. *Concluding* (Kesimpulan)

Selanjutnya adalah kesimpulan, yaitu adalah langkah terakhir dalam proses pengolahan data. Kesimpulan inilah yang nantinya akan menjadi sebuah data terkait dalam objek penelitian peneliti. Hal ini disebut dengan istilah *concluding*, yaitu kesimpulan atas proses pengolahan data yang terdiri dari tiga proses sebelumnya: *editing*, *classifying*, dan *verifying*.

2. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif deskriptif, penelitian ini mengumpulkan data yang lebih mengambil bentuk kata-kata atau gambarana dari pada angka-angka.

Analisis data yaitu mengelompokkan data dengan mempelajari data kemudian memilih data-data yang telah dikumpulkan untuk mencari data-data penting mana yang harus dipelajari, yakni analisa data dalam proses merinci usaha secara formal untuk menentukan tema dan merumuskan ide seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan ide itu. Di mana data yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumen dibahas secara mendalam sehingga tergambar antara hubungan yang lainnya, dengan demikian maka dapat diketahui Strategi Kopsyah Al-Karomah Martapura Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pembiayaan Ar Rahn.

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum tentang BMT Al-Karomah Martapura

1. Sejarah Pendirian

BMT merupakan pendekatan dari kata Balai Usaha Mandiri Terpadu atau Baitul Maal wa Tamwil, yaitu Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. BMT terdiri dari dua fungsi yaitu baitut tamwil (rumah pengembangan harta), yang bertugas melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro atau kecil dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi. Baitul maal (rumah harta) menerima titipan dana zakat, infak dan sedekah serta mengoptimalkan distribusi sesuai dengan peraturan dan kepercayaan.

Secara etimologi Koperasi Syariah BMT Al-Karomah Martapura mempunyai arti sebagai berikut koperasi syariah yaitu koperasi yang bergerak dan memiliki prinsip-prinsip syariah, BMT berasal dari kata Baitul Maal wat Tamwil, kalimat ini diambil dari Baitul Maal yang berarti Rumah Harta dan Baitul Tamwil yaitu Rumah Pengembangan Harta, sedangkan Al-Karomah berasal dari kata Karomah merupakan kemuliaan atau penghormatan dari Allah Swt. Pengertian karomah secara bahasa dari kata karoma-karim (mulia), dengan harapan segala jenis usaha yang ditransaksikan selalu mendapat kemuliaan atau penghormatan dari Allah swt, sedangkan Martapura berasal dari nama kota tempat Koperasi Syariah ini berdiri.

Baitul Maal wa Tanwil (BMT) Al-Karomah Martapura beralamatkan di Jl. A. Yani Km. 39 No. 11 Y (Depan Kompas) Martapura Kalimantan Selatan Kode Pos 70614. BMT Al-Karomah awalnya diinspirasi PINBUK Kalimantan Selatan pada tahun 1997 bertempat di rumah KH. Muhammad Rasyad desa Tunggul Irang dihadiri oleh KH. Muhammad Rosyah (alm), KH. Khalilurrahman, dan beberapa orang cendikiawan lainnya seperti Drs. H.M. Djuhdi (alm) dan Dr. H.M. Quzwini, M.Ag, bertindak sebagai motivator pada saat itu Direktur Pinbuk Kalimantan Selatan bapak Drs. Agus Matondang, MM. Sedangkan agenda rapat lanjutan mengambil tempat di rumah Dr. H.M. Quzwini, M.Ag Komplek Pangeran Antasari Blok C. Nomor 2 Martapura.

BMT Al-Karomah Martapura secara resmi didirikan pada tanggal 02 November 1998 sebagai solusi masyarakat, dan upaya penanggulangan rentenir di pasar Martapura. Keberadaan BMT saat itu berada di bawah Yayasan al karomah dengan salinan Akte Notaris Aristyo SH, Nomor 11 tanggal 3 November 1999. Kehadiran BMT mendapat respon positif warga masyarakat kabupaten Banjar, sebab BMT dapat dijadikan sebagai alternatif membangun modal usaha berbasis syariah, akan tetapi dalam aspek normatifnya terbentur dengan Undang-Undang No.25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian dan Peraturan Pemerintah Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam harus berbadan hukum Koperasi. Oleh sebab itu pihak pengurus berupaya untuk mendapatkan badan hukum dan Alhamdulillah terbit surat keputusan Menteri Negara Koperasi dan Pengusaha Kecil Menengah RI Nomor 11/BH/KDK.16.1/XI/2000 tanggal 20 November 2000.

Keberadaan Badan Hukum lembaga ini diperkuat dengan lahirnya Undang-Undang No.17 Tahun 2012 menggantikan Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, bahwa Koperasi Syariah Al-Karomah Martapura berdasarkan Akte Notaris Abdul Khair Razikin, SH, M.Kn Nomor 02 tanggal 22 September 2016 Koperasi Syariah al Karomah berubah menjadi Koperasi Syariah BMT Al-Karomah Martapura.

Dengan demikian secara keseluruhan Koperasi Syariah BMT Al-Karomah Martapura yaitu Badan Usaha Koperasi yang bergerak pada pembiayaan simpan pinjam (mudharabah, murabahah, musyarakah, al qard, hasan, raihan, dan lainlain), serta sektor jasa lainnya yang tidak mengikat. Koperasi syariah ini menganut 2 (dua) fungsi, yaitu sebagai Baitul Tamwil yakni melakukan kegiatan pengembangan usaha dalam bentuk produktif dan investasi, serta Baitul Maal berfungsi sebagai penerima dana sosial seperti : ZIS, Hibah, Wakaf dan lain-lain.

Dalam menjalankan misinya organisasi ini berpegang pada Prinsip Syariah dan peraturan pemerintah serta memperhatikan karakter dan kultur masyarakat Kabupaten Banjar yang amat religious, agar keberadaan Kopsyah ini mendapat respon positif bagi warga masyarakat dan pemerintah daerah dalam mendukung visi dan misi daerah serta perekonomian di Kabupaten Banjar.

2. Dasar Pendirian

Adapun dasar pendirian BMT Al-Karomah adalah :

- a. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 1992 Tentang Perkoperasian

- b. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 9 tahun 1995 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam oleh Koperasi
- c. Keputusan Menteri Negara Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor : 019/BH/MI/VII/1998 tanggal 24 Juli 1998
- d. Keputusan Menteri Negara Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor : 20/PAD/MENEG I/II/2002 tertanggal 15 Februari 2002.
- e. Akta Pendirian Koperasi Syariah Al Karomah Martapura, Surat Keputusan Menteri Negara Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor : 11/BH/KDK.161.1/XI/2000 tanggal 20 November 2000

3. Tujuan

Tujuan berdirinya BMT Al-Karomah Martapura, yaitu:

- a. Meningkatkan Kesejahteraan ekonomi umat Islam terutama masyarakat ekonomi lemah yang umumnya hidup di pedesaan.
- b. Meningkatkan pendapatan perkapita.
- c. Menambah atau memperluas lapangan kerja sehingga dapat mengurangi urbanisasi.
- d. Membina semangat ukhuwah islamiyah melalui kegiatan ekonomi.

Guna merealisasikan tujuan operasional di atas, BMT Al-Karomah Martapura memerlukan beberapa strategi, antara lain:

- a. BMT Al-Karomah tidak bersifat menunggu (pasif) terhadap datangnya permintaan fasilitas, melainkan bersifat aktif dengan melakukan sosialisasi

penelitian kepada usaha yang berskala kecil yang perlu dibantu tambahan modal, sehingga memiliki prospek bisnis yang layak.

- b. BMT Al-Karomah memiliki jenis usaha yang waktu perputaran uangnya jangka pendek, menengah dan panjang, dengan istilah lembaga setempat harian, mingguan dan bulanan dengan mengutamakan usaha Skala menengah dan kecil.
- c. BMT Al-Karomah Martapura mengkaji pangsa pasar, tingkat kejenuhan serta tingkat kompetitinya produk yang akan diberi pembiayaan.

4. Visi dan Misi BMT Al-Karomah Martapura

a. Visi

Menjadikan Koperasi Syariah BMT Al-Karomah Martapura sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syariah berkualitas, profesional, memiliki etos kerja, bersikap jujur, amanah, unggul dan terdepan dalam sistem ekonomi islam.

b. Misi

- 1) Meningkatkan keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT melalui pengamalan ajaran Agama secara murni dan konsekuen dalam suasana kehidupan yang rukun, damai, penuh toleransi dan persaudaraan.
- 2) Meningkatnya pemberdayaan masyarakat dan pelaku ekonomi dalam mengembangkan usaha mikro yang berorientasi pasar, berkeadilan, produktif, mandiri, maju, berdaya saing dan berwawasan lingkungan.

- 3) Meningkatnya kehidupan sosial budaya, berkepribadian dinamis, kreatif dan mampu membendung pengaruh global dilandasi dengan keimanan dan ketakwaan terhadap Allah SWT.
- 4) Meningkatnya kesejahteraan anggota dan berkembangnya potensi lingkungan dalam mendorong sektor ekonomi.
- 5) Mengembangkan sikap hemat, menghindari gaya hidup konsumerisme, mendorong kegiatan simpan pinjam syariah dan budaya taawun (tolong menolong) serta menumbuhkan usaha produktif anggota.

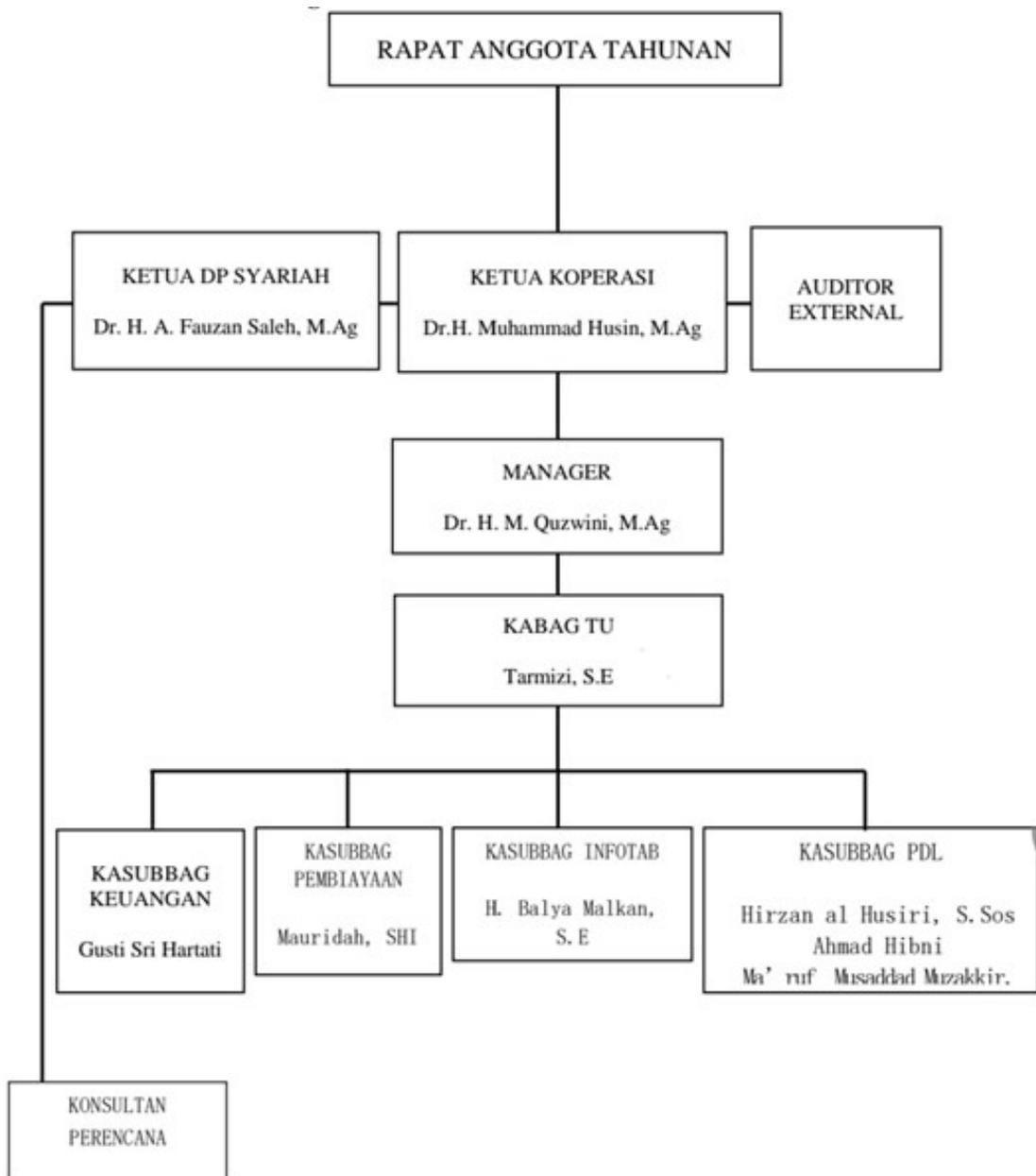
5. Prinsip Kerja

Prinsip kerja BMT Al-Karomah Martapura sebagai berikut:

- a. Keadilan, bertindak positif terhadap nasabah baik dalam pemberian imbalan atas simpanan berupa bagi hasil maupun penentuan margin keuntungan dan nisbah bagi basil untuk pembiayaan dengan memperhatikan keuntungan kedua belah pihak.
- b. Kemitraan, BMT memandang nasabah penyimpan maupun pengguna dana berada dalam posisi yang sejajar, yaitu sebagai mitra usaha yang amanah dan saling menguntungkan.

6. Struktur Organisasi BMT Al-Karomah Martapura

Struktur organisasi pada BMT Al-Karomah Martapura, dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4. 1
Struktur Organisasi BMT Al-Karomah Martapura

7. Deskripsi Kerja

Adapun uraian tugas dan wewenang masing-masing sebagai berikut:

a. Ketua Dewan Pengawas Syariah

1) Tugas Pokok

Menyelenggarakan pengawasan organisasi Koperasi Syariah BMT Al-Karomah Martapura secara keseluruhan dari berbagai jenis usaha koperasi sesuai prinsip Good Corporate Governance, bertanggung jawab dan berkewajiban melaksanakan tugasnya ke lembaga keuangan syariah sesuai ketentuan yang telah difatwakan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI).

2) Uraian Tugas

- a) Melakukan pengawasan secara periodik pada lembaga Kopsyah BMT Al-Karomah Martapura.
- b) Mengajukan usulan-usulan pengembangan lembaga keuangan syariah kepada pimpinan lembaga yang bersangkutan.
- c) Melaporkan perkembangan produk dan operasional lembaga Kopsyah BMT Al-Karomah Martapura yang diawasinya kepada DSN sekurang-kurangnya dua kali dalam satu tahun anggaran.
- d) Merumuskan permasalahan yang memerlukan pembahasan dengan DSN.
- e) Memastikan dan mengawasi kesesuaian kegiatan operasional Kopsyah BMT Al-Karomah Martapura terhadap fatwa yang dikeluarkan oleh DSN.

- f) Menilai aspek syariah terhadap pedoman operasional dan produk yang dikeluarkan Kopsyah.
 - g) Memberikan opini dari aspek syariah terhadap pelaksanaan operasional Kopsyah secara keseluruhan dalam laporan publikasi Kopsyah BMT Al-Karomah Martapura.
 - h) Mengkaji jasa dan produk baru yang belum ada fatwa untuk dimintakan fatwa kepada DSN.
 - i) Menyampaikan laporan hasil pengawasan syariah sekurangkurangnya setiap enam bulan kepada anggota/pemegang saham, manager, dan pengurus Kopsyah BMT Al-Karomah Martapura.
- b. Ketua Koperasi
- 1) Tugas Pokok
Menyelenggarakan pengelolaan organisasi koperasi Syariah BMT AlKaromah Martapura secara menyeluruh dari berbagai jenis usaha koperasi, melakukan perbuatan hukum atas nama koperasi, serta mewakili koperasi baik didalam maupun diluar pengadilan.
 - 2) Uraian Tugas
 - a) Menyelenggarakan rapat anggota.
 - b) Menyelenggarakan pembinaan dan konsolidasi organisasi.
 - c) Mewakili koperasi didalam dan diluar pengadilan.
 - d) Mengelola koperasi dan usahanya.

- e) Mengajukan rancangan kerja dan Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja Koperasi.
 - f) Mengajukan laporan keuangan dan pertanggungjawaban pelaksanaan tugas.
 - g) Menyelenggarakan pembukuan secara tertib.
 - h) Memelihara Daftar Buku Anggota, Daftar Buku Pengurus, dan Daftar Buku Pengawas.
- c. Manajer
- 1) Tugas Pokok
Menyelenggarakan pengelolaan Kopsyah BMT Al-Karomah Martapura secara keseluruhan berupa kegiatan simpan pinjam yang dilakukan secara syariah, membina hubungan dengan pengurus, dewan pengawas, pegawai dan anggota atau masyarakat baik secara vertikal maupun horizontal. Berdasarkan peraturan perundangundangan yang berlaku khususnya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 tentang Perkoperasian, Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Koperasi Syariah BMT AlKaromah Martapura.
 - 2) Uraian Tugas
 - a) Tersusunnya sasaran, rencana kerja strategis (pendek), rencana kerja jangka panjang, serta proyeksi keuangan dan non keuangan.
 - b) Tercapainya target yang telah ditetapkan.
 - c) Terselenggaranya penilaian prestasi kerja karyawan.

- d) Tercapainya lingkup kerja yang nyaman untuk semua pekerja berorientasi pada pencapaian target.
 - e) Terjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka memenuhi kebutuhan lembaga.
 - f) Mengupayakan agar terjaganya likuiditas dengan mengatur manajemen dana optimalisasi tidak terjadi dana rush maupun idle.
- d. Kepala Bagian Tata Usaha
- 1) Tugas Pokok
 - a) Tersusunnya sasaran, rencana jangka pendek, rencana jangka panjang, serta proyeksi keuangan dan non keuangan.
 - b) Tercapainya target yang telah ditetapkan secara keseluruhan.
 - c) Terselenggaranya penilaian prestasi kerja karyawan.
 - d) Tercapainya lingkup kerja yang nyaman untuk semua pekerjaan yang berorientasi pencapaian target.
 - e) Terjalannya kerjasama dengan pihak lain dalam rangka memenuhi kebutuhan lembaga.
 - f) Mengupayakan terjaganya likuiditas dengan mengatur manajemen dana optimalisasi tidak terjadi dana rush maupun idle.
 - 2) Uraian Tugas
 - a) Menentukan sasaran/target jangka pendek dan jangka panjang.
 - b) Merencanakan dan menyusun rencana kerja jangka pendek 1 Tahun dan jangka panjang 3 Tahun.
 - c) Menyusun rencana anggaran jangka pendek dan jangka panjang.

- d) Mempresentasi rencana jangka pendek dan jangka panjang kepada pengurus, dan anggota Kopsyah BMT Al-Karomah Martapura.
- e) Memonitor dan memberikan arahan/masukan terhadap upaya pencapaian target.
- f) Mengevaluasi seluruh aktivitas dalam rangkaian pencapaian target.
- g) Menindaklanjuti hasil evaluasi.
- h) Menemukan dan menentukan strategi-strategi baru dalam upaya mencapai target.
- i) Membuka peluang dan akses kerjasama dengan jaringan lembaga lain dalam upaya pencapaian target.
- j) Menetapkan tujuan penilaian prestasi kerja.
- k) Melakukan penilaian prestasi kerja karyawan.
- l) Merencanakan dan merancang sistem hubungan kerja yang memotivasi karyawan untuk bekerjasama dalam mencapai sasaran lembaga.
- m) Memperhatikan keluhan kantor layanan dalam hal kerjasama untuk mencapai sasaran.
- n) Mengevaluasi pola hubungan kerjasama antara karyawan atau antara kantor.
- o) Mencari peluang dan membuka kerjasama dengan pihak lain (lembaga/perorangan) yang dapat secara langsung ataupun tidak langsung memenuhi kebutuhan lembaga (seperti funding untuk likuiditas ataupun kerjasama pembiayaan)

- p) Mempertahankan kerjasama yang telah dijalin dengan lembaga lembaga sejenis.
 - q) Mengupayakan terjaganya likuiditas dengan mengatur manajemen dana seoptimal mungkin hingga tidak terjadi dana rush maupun idle.
 - r) Mengupayakan strategi-strategi khusus dalam menghimpun dana dan penyaluran dana.
 - s) Mengupayakan strategi-strategi baru dan handal dalam menyelesaikan pembiayaan bermasalah.
 - t) Melakukan control terhadap seluruh harta Kopsyah BMT AlKaromah Martapura.
 - u) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diperintahkan manajer.
- e. Sub Bagian Keuangan
- 1) Tugas Pokok
 - a) Membantu pimpinan dibagian administrasi keuangan dan bertanggung jawab langsung kepada manajer Kopsyah BMT AlKaromah Martapura.
 - b) Melakukan penerimaan, pengeluaran dan pembukuan terkait transaksi keuangan Kopsyah BMT Al-Karomah Martapura.
 - c) Melakukan pengelolaan aset dan keuangan Kopsyah BMT AlKaromah Martapura.
 - d) Mengambil keputusan di bidang pengelolaan keuangan Koperasi syariah BMT AlKaromah Martapura

- e) Menanda tangani dokumen surat menyurat yang berhubungan dengan bidang keuangan Koperasi Syariah BMT Al-Karomah Martapura.
 - f) Bertanggung jawab atas terlaksananya tata kelola administrasi keuangan yang baik.
- 2) Uraian Tugas
- a) Meneliti kelengkapan perintah pembayaran yang diterbitkan pejabat yang berwenang.
 - b) Menguji kebenaran perhitungan pembayaran tagihan yang tercantum dalam perintah pembayaran.
 - c) Menyediakan uang persediaan dan merencanakan penarikan dana sesuai keperluan.
 - d) Melaksanakan pembukuan sesuai arahan atasan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan ketentuan akuntabilitas akuntan.
 - e) Mengatur jalannya pembukuan keuangan.
 - f) Menyusun anggaran setiap bulan.
 - g) Mengawasi penerimaan dan pengeluaran uang.
 - h) Menyusun rencana anggaran dan pendapatan koperasi.
 - i) Menyusun laporan keuangan.
 - j) Menindak lanjuti kebijakan ketua dibidang keuangan.
 - k) Membuat perencanaan kebutuhan keuangan perperiodik yaitu bulanan, triwulan, semester.

- l) Bertanggung jawab atas terlaksananya tata kelola administrasi keuangan yang baik.
 - m) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diperintahkan manajer.
- f. Sub Bagian Pembiayaan
- 1) Tugas Pokok
 - a) Mengelola, menelaah kekayaan, merealisasikan pengajuan pembiayaan dan mendokumentasikan transaksi pembiayaan yang telah disetujui pimpinan, dan mengadministrasikan surat menyurat serta perjanjian lain yang dibutuhkan dengan baik.
 - b) Melayani pengajuan pembiayaan, melakukan analisis kelayakan serta memberikan rekomendasi atas pengajuan pembiayaan sesuai dengan hasil analisa yang telah dilakukan serta memastikan keseluruhan pengajuan pembiayaan telah diproses sesuai dengan proses sebenarnya.
 - c) Penyiapan administrasi pencairan pembiayaan (dropping) dan melakukan proses dropping.
 - d) Mengecek, mencocokkan antara jaminan dan nomor atau fisik yang menjadi jaminan nasabah.
 - e) Melayani pengajuan pembiayaan, melakukan analisis kelayakan serta memberikan rekomendasi atas pengajuan pembiayaan sesuai dengan hasil analisa yang telah dilakukan.
 - f) Pembuatan laporan pembiayaan sesuai dengan periode laporan.

2) Uraian Tugas

- a) Memeriksa kelengkapan administrasi mitra yang akan di dropping.
- b) Membuat akad pembiayaan, tanda terima jaminan, kartu angsuran dan pengawasan, kartu pembiayaan (untuk yang harian/bulanan)
- c) Melayani pengajuan pembiayaan dan memberikan penjelasan mengenai produk pembiayaan.
- d) Melakukan pengumpulan informasi mengenai calon mitra melalui kegiatan wawancara dan on the spot.
- e) Membaca akad kepada mitra pembiayaan.
- f) Mengisi buku registrasi mitra pembiayaan secara lengkap dengan data berdasarkan petunjuk yang dimiliki.
- g) Memeriksa kelengkapan administrasi untuk diarsipkan.
- h) Mengarsipkan akad pembiayaan serta berkas pendukung lainnya sesuai dengan nomor rekening.
- i) Menyimpan kartu pengawasan sesuai dengan nomor urut/nomor rekening mitra pembiayaan.
- j) Memastikan jaminan telah diperiksa dan disetujui pihak yang berwenang (manager/TU) dengan bukti tanda tangan yang tertera pada lembar penerima jaminan.
- k) Memberikan lembaran tanda terima jaminan asli kepada mitra dan mencatatanya pada buku registrasi jaminan.
- l) Menyimpan tanda terima jaminan copy dengan surat jaminan kedalam brankas jaminan.

- m) Mengeluarkan jaminan apabila diperlukan atas sepengetahuan manger secara tertulis.
 - n) Melakukan kontrol atas jaminan yang ada.
 - o) Menerima mitra anggota dan mencatat kedalam buku/kartu pengawasan pembiayaan.
 - p) Menyesuaikan berkas serah terima jaminan nasabah yang melunasi dengan sistem pencatatan pengawasan yang ada apakah sesuai dengan data yang asli.
 - q) Melaksanakan tugas-tugas yang diperintahkan manager.
- g. Sub Bagian Informasi dan Tabungan
- 1) Tugas Pokok
Memberikan informasi seputar produk Koperasi Syariah BMT AlKaromah Martapura sesuai kebutuhan pelanggan, calon pelanggan, dan non-pelanggan serta mengelola tabungan, jaminan, surat-surat berharga atau saham individu, lembaga dan masyarakat dengan baik berdasarkan standar akuntan publik
 - 2) Uraian Tugas
 - a) Memastikan jaminan telah diperiksa dan disetujui pihak yang berwenang (manager/TU) berdasarkan bukti tanda tangan dilembar jaminan.
 - b) Memberikan lembaran tanda terima jaminan asli kepada mitra dan mencatat pada buku registrasi jaminan.

- c) Menerapkan manajemen strategi dalam menghimpun dana masyarakat.
- d) Mengelola dan mengadministrasikan jaminan nasabah.
- e) Membuat surat peringatan kepada mitra yang telah jatuh tempo maupun tunggak.
- f) Menyimpan tanda terima jaminan copy dengan surat jaminan ke brankas jaminan.
- g) Mengeluarkan jaminan atas persetujuan manager secara tertulis.
- h) Melakukan kontrol atas jaminan-jaminan yang ada.
- i) Menerima mitra anggota dan mencatatanya kedalam buku pengawasan pembiayaan.
- j) Menyesuaikan berkas serah terima jaminan nasabah yang melakukan pelunasan dengan sistem pencatatan pengawasan yang ada apakah sesuai dengan data aslinya.
- k) Menerima mitra dan memberikan penjelasan mengenai produk dan deposito yang ada di BMT Al-Karomah Martapura.
- l) Membuat buku, memberikan nomor rekening bagi mitra yang baru
- m) Membuat dan pengarsipan warkat deposito dan memberikan nomor deposito atau rekening
- n) Membuat registrasi tabungan dan deposito baik dikomputer maupun di buku registrasi
- o) Melakukan pemindah buku tabungan apabila diperlukan atas persetujuan yang berwenang.

- p) Melakukan pengarsipan untuk permohonan tabungan dan deposito pada binder khusus sesuai tanggal.
 - q) Menerbitkan laporan deposito yang akan jatuh tempo.
 - r) Menerbitkan laporan perkembangan penabung serta dana yang dihimpun.
 - s) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diperintahkan manager.
- h. Sub Bagian Petugas Dinas Lapangan (PDL)
- 1) Tugas Pokok

Merencanakan, melaksanakan, survey pengajuan mitra usaha dan menganalisa kelayakan pembiayaan untuk direkomendasikan kepada pimpinan serta mengevaluasi target penghimpunan dana pembiayaan BMT Al-Karomah Martapura serta memastikan strategi yang digunakan tepat dalam menetapkan rekomendasi kelayakan pembiayaan dan upaya mencapai sasaran termasuk dalam menyelesaikan pembiayaan yang bermasalah.
 - 2) Uraian Tugas
 - a) Memastikan angsuran yang dijemput telah ditagih sesuai dengan waktunya
 - b) Memastikan tidak ada selisih antara dana yang dijemput dengan dana yang disetorkan ke BMT Al-Karomah Martapura.
 - c) Membuat jadwal kolektif harian, mingguan dan bulanan serta menyurvei pengajuan pembiayaan yang diajukan mitra usaha masyarakat.

- d) Menyiapkan peralatan administrasi yang dibutuhkan untuk menjemput simpanan/angsuran pembiayaan.
- e) Merealisasikan target marketing baik funding maupun lending.
- f) Melaksanakan rapat marketing dan menyelesaikan permasalahan ditingkat marketing.
- g) Melakukan penilaian dan evaluasi terhadap potensi pasar dan pengembangan pasar.
- h) Melakukan penjemputan setoran simpanan atau angsuran pembiayaan.
- i) Memastikan angsuran yang dijemput telah ditagih sesuai dengan waktunya.
- j) Menghitung seluruh uang yang dijemput serta memastikan tidak ada selisih antara dana yang dijemput dengan dana yang disetorkan ke BMT Al-Karomah Martapura.
- k) Membuat daftar angsuran seluruh mitra yang menyetorkan uangnya.
- l) Menyerahkannya kepada teller dan memastikan seluruh setoran tidak ada yang tertinggal dan tidak terjadi selisih antara catatan dengan uang yang diserahkan.
- m) Melaksanakan semua kegiatan yang telah ditetapkan sesuai tupoksi dan wilayah kerja PDL.
- n) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diperintahkan manajer

B. Penyajian Data

1. Kekuatan, kelemahan peluang dan ancaman yang dihadapi strategi yang dilakukan oleh Kopsyah Al-Karomah Martapura.

Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan penelitian, maka hasil observasi dan wawancara akan dibagi atas dua lingkungan yaitu: lingkungan internal dan eksternal. Dalam lingkungan internal terdiri atas aspek keuangan, aspek sumber daya manusia, aspek kegiatan operasional, dan aspek pemasaran dan lingkungan eksternal terdiri atas aspek kompetitor, pasar, dan aspek pemerintah.

a. Lingkungan Internal

1) Aspek Keuangan

Dalam aspek keuangan berdasarkan hasil observasi langsung dan wawancara dengan informan penelitian diperoleh informasi bahwa keuangan di BMT Al-Karomah Martapura ini khususnya sehubungan dengan upaya peningkatan jumlah anggota sudah tersedia. Biaya tersebut dialokasikan untuk mendanai kegiatan promosi guna meningkatkan jumlah anggota BMT Al-Karomah Martapura.

2) Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan aspek terpenting dalam kegiatan operasional usaha ini termasuk dalam upaya meningkatkan jumlah anggota BMT Al-Karomah Martapura. Karyawan BMT Al-Karomah Martapura merupakan karyawan yang terlatih dan memiliki kualifikasi yang baik dikarenakan rata – rata pekerja yang direkrut adalah merupakan Sarjana

Strata 1 yang memiliki keahlian dan keterampilan dalam bidang perbankan. Adapun jumlah karyawan yang ada di BMT AI-Karomah Martapura adalah 8 orang yang terbagi kedalam beberapa bagian. Untuk bagian back office ataupun jajaran manajemen terdiri atas orang – orang pilihan

3) Aspek Kegiatan Operasional

Kegiatan operasional adalah berhubungan dengan produksi barang atau jasa. Sebagaimana lembaga keuangan Islam syari'ah yang lain, produk-produk BMT AI-Karomah Martapura juga dapat diklasifikasikan pada pengerahan dana masyarakat dan penyaluran dana kepada masyarakat. Secara garis besar kegiatan dari BMT AI-Karomah Martapura adalah memberikan pelayanan transaksi keuangan bagi pasa anggotanya, yakni dalam bentuk tabungan, mudharabah berjangka (deposito), serta pembiayaan.

4) Aspek Pemasaran

Dalam aspek pemasaran tidak terlepas dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Dalam bauran pemasaran terdapat sejumlah unsur atau variabel yang merupakan inti dari strategi pemasaran. Berikut ini merupakan hasil wawancara dan observasi yang dilaksanakan oleh peneliti:

a) Produk (*Product*)

Produk yang ditawarkan oleh BMT AI-Karomah Martapura adalah tabungan, mudharabah berjangka (deposito) serta pembiayaan.

b) Tempat (*Place*)

Tempat merupakan lokasi dimana usaha atau kegiatan berlangsung. Lokasi yang tergambar dari hasil observasi terletak di kota Martapura Kabupaten Banjar. Lokasi dari BMT AI-Karomah Martapura adalah lokasi yang strategis karena tepat berada didaerah yang merupakan jalan utama yang menjadi lalu lalang transportasi di Kabupaten Banjar dan juga berada dekat dengan kompleks pertokoan dan pasar.

c) Promosi (*Promotion*)

Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti ditemukan informasi bahwa dalam menjalankan kegiatan promosinya, BMT AI-Karomah Martapura menerapkan beberapa bagian dari *promotion mix* yaitu seperti : *advertising*, *direct selling*, dan *Public Relation*.

(1) *Advertising*, BMT AI-Karomah Martapura menerapkan kebijakan *advertising* atau iklan melalui media baliho yang berukuran cukup besar yang diletakan pinggir dekat lokasi kantor BMT AI-Karomah Martapura, dimana dalam iklan tersebut terdapat gambaran singkat dari BMT AI-Karomah Martapura dengan tampilan yang menarik dan dapat dilihat dari dua sisi.

(2) *Direct selling*, BMT AI-Karomah Martapura menerapkan layanan penjualan langsung kepada anggota yang ingin datang

langsung dan ingin mendapatkan pelayanan dari BMT AI-Karomah Martapura.

(3) *Public Relation*, BMT AI-Karomah Martapura juga menyediakan layanan keluhan pelanggan dan saran pelanggan yakni para anggota kepada BMT AI-Karomah Martapura.

Uraian diatas mengungkapkan mengenai lingkungan internal yang merupakan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan yang ditinjau dari aspek keuangan, aspek sumber daya manusia, aspek kegiatan operasional dan aspek pemasaran.

Adapun aspek-aspek tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 1
Faktor Internal BMT AI-Karomah Martapura

Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Aspek Keuangan 1. Memiliki ketahanan modal yang besar 2. Memiliki laporan keuangan dan <i>capital loan</i> yang sudah lunas	Aspek Keuangan 1. Keuangan BMT tidak fleksibel, harus berdasarkan rencana anggaran tahun sebelumnya
Aspek Sumber Daya Manusia 1. Memiliki karyawan yang terampil, professional dan sesuai dengan kebutuhan BMT 2. Sistem manajemen yang baik	Aspek Sumber Daya Manusia 1. Kurangnya kinerja karyawan
Aspek Kegiatan Operasional 1. BMT beroperasi selama 5 hari Kerja dan mengutamakan Kepuasan anggota 2. Kualitas ruangan selalu dijaga dengan baik 3. Pelayanan yang baik	Aspek Kegiatan Operasional 1. Kelengkapan alat operasional yang masih terbatas
Aspek Pemasaran 1. Lokasi yang strategis 2. Promosi menggunakan baliho dan brosur.	Aspek Pemasaran 1. Masih kurang intensif dalam menjalankan strategi pemasaran 2. Kurangnya promosi yang menarik minat konsumen

Sumber : Hasil Penelitian, 2022.

b. Lingkungan Eksternal

Lingkungan ini merupakan lingkungan yang berada diluar lingkungan manajemen dan BMT AI-Karomah Martapura, lingkungan ini memiliki pengaruh terhadap ekistensi dan citra BMT AI-Karomah Martapura itu sendiri.

Berikut ini merupakan aspek-aspek dari lingkungan eksternal :

1) Aspek Pasar

Pasar adalah tempat dimana pelaku usaha memasarkan produk atau jasa yang dihasilkannya. Berdasarkan hasil wawancara dengan manajemen BMT AI-Karomah Martapura itu sendiri diperoleh informasi target utama pasar dari BMT AI-Karomah Martapura adalah orang-orang yang melaksanakan usaha-usaha produktif dan memerlukan bantuan keuangan.

2) Aspek Kompetitor atau pesaing

Dari hasil observasi dan wawancara yang dilaksanakan peneliti diperoleh informasi bahwa pesaing dari BMT AI-Karomah Martapura di Kota Martapura adalah BMT Khairul Amin dan BMT Muhammadiyah Surya Sekawan. Dari hasil observasi peneliti menemukan BMT pesaing dari BMT AI-Karomah Martapura saling berlomba menawarkan produk pembiayaan dengan pelayanan-pelayanan yang berbeda-beda.

3) Aspek Pemerintah

Aspek pemerintah juga berpengaruh terhadap jalannya usaha dari BMT AI-Karomah Martapura, dikarenakan pemerintah berperan dan bertugas mengatur setiap usaha penyaluran dan penghimpunan dana, mulai dari perizinan sampai pelaksanaan kegiatan usaha BMT AI-Karomah

Martapura. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilaksanakan peneliti maka diperoleh informasi bahwa pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan dan kota Martapura sangat ketat dalam mengawasi setiap kegiatan setiap lembaga keuangan termasuk BMT AI-Karomah Martapura dimana setiap kegiatan diharuskan sesuai dengan peraturan pemerintah daerah Provinsi Kalimantan Selatan dan Kabupaten Banjar.

Uraian diatas menggambarkan mengenai lingkungan eksternal yang merupakan faktor eksternal yang dianggap sebagai faktor – faktor peluang dan ancaman yang ditinjau dari aspek pasar, aspek kompetitor atau pesaing, aspek pemasok, aspek pemerintah.

Adapun beberapa aspek tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 2
Faktor Eksternal BMT AI-Karomah Martapura

Peluang (<i>Opportunity</i>)	Ancaman (<i>Threat</i>)
Aspek Pasar 1. Target pasar yang pasti (Target pasar adalah masyarakat yang memiliki usaha produktif di Kota Martapura) 2. Bertambahnya jumlah masyarakat yang menjalankan usaha skala UMKM	Aspek Kompetitor 1. Pesaing menerapkan margin yang lebih besar 2. Pesaing sudah mulai mengikuti cara yang dilakukan oleh BMT AI-Karomah Martapura
	Aspek Pemerintah 1. Peraturan pemerintah daerah yang sangat ketat

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

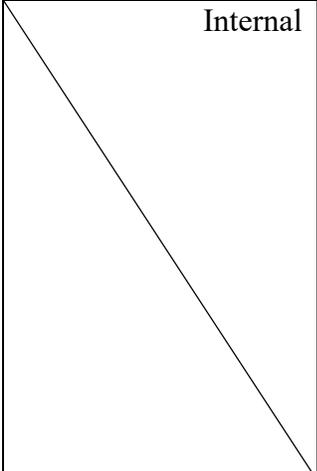
2. Langkah-langkah yang dilakukan Kopsyah AI-Karomah Martapura dalam meningkatkan jumlah anggota.

BMT AI-Karomah Martapura selanjutnya menerapkan sejumlah Langkah dalam meningkatkan jumlah anggota yang dapat dianalisis melalui Matrik SWOT.

Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor- faktor strategik lingkungan internal dan lingkungan eksternal hotel, dengan menghubungkan dengan tujuan dan sasaran. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis yang dapat diambil oleh pengelola hotel dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Dengan demikian BMT AI-Karomah Martapura dapat lebih meningkatkan dalam kemampuan menguasai, mempertahankan suatu posisi pasar. Kemampuan usaha perhotelan mengatasi perubahan dan persaingan pasar dalam memperbesar dan mempertahankan keuntungannya, pangsa pasar, dan ukuran bisnisnya (skala usahanya).

Suatu usaha termasuk itu BMT AI-Karomah Martapura dikatakan mempunyai keunggulan bersaing bila memiliki sesuatu yang lebih dari pesaingnya dalam menarik konsumen dan mempertahankan diri atas kekuatan persaingan yang mencoba menekankan usaha pelayanan penyaluran dan penghimpunan dana. Matriks SWOT pada BMT AI-Karomah Martapura dapat dilihat pada tabel, sebagai berikut:

Tabel 4. 3
Matrik SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*)

Internal	Kekuatan (Strength-S)	Kelemahan (Weakness-W)
	1. Memiliki ketahanan modal yang besar	1. Keuangan perusahaan tidak fleksibel, harus berdasarkan rencana anggaran tahun sebelumnya
	2. Memiliki laporan keuangan dan <i>capital loan</i> yang sudah lunas	2. Kurangnya kinerja karyawan
	3. Memiliki karyawan yang terampil, professional dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan	3. Kelengkapan alat operasional yang masih terbatas
	4. Sistem manajemen yang baik	

Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 5. BMT beroperasi selama 5 hari Kerja dan mengutamakan Kepuasan anggota 6. Kualitas ruangan selalu dijaga dengan baik 7. Pelayanan yang baik 8. Lokasi yang strategis 9. Promosi menggunakan baliho dan brosur 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Masih kurang intensif dalam menjalankan strategi pemasaran 5. Kurangnya promosi yang menarik minat konsumen
<p style="text-align: center;">Peluang (<i>Opportunity-O</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Target pasar yang pasti (Target pasar adalah masyarakat yang memiliki usaha produktif di Kota Martapura) 2. Bertambahnya jumlah masyarakat yang menjalan usaha skala UMKM 3. Adanya Media sosial yang banyak diminati masyarakat 	<p style="text-align: center;">Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan strategi pemasaran yang lebih intensif 2. Menciptakan strategi promosi penjualan 3. Menjalin hubungan yang baik dengan para anggota 4. Meningkatkan kesempurnaan pelayanan 	<p style="text-align: center;">Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan hubungan baik antara pemilik, manajemen puncak dan karyawan 2. Menambah kelengkapan alat operasional 3. Menambah tingkat intensitas pemasaran dan promosi melalui media sosial
<p style="text-align: center;">Ancaman (<i>Threat-T</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing menerapkan margin yang lebih besar 2. Pesaing sudah mulai mengikuti cara yang dilakukan oleh BMT AI-Karomah Martapura 3. Peraturan pemerintah daerah yang sangat ketat 	<p style="text-align: center;">Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan tingkat pelayanan 2. Meningkatkan atau menciptakan suatu simbol atau ciri khas dari BMT AI-Karomah Martapura 3. Menyesuaikan operasional BMT AI-Karomah Martapura dengan peraturan pemerintah 	<p style="text-align: center;">Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan strategi pemasaran yang kompetitif 2. Menciptakan promosi yang menarik untuk konsumen

Matriks SWOT diatas menghasilkan empat sel alternatif strategis yang dapat diidentifikasi perkiraan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Sehingga dapat diambil kesimpulan oleh pengelola BMT AI-Karomah Martapura bagaimana dalam menjalankan usaha dalam meningkatkan jumlah anggota ditengah persaingan yang semakin ketat.

1. Strategi *Strenght-Opportunities* (SO)

Strategi ini menggunakan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki BMT AI-Karomah Martapura yang dipakai dalam memanfaatkan segala kesempatan yang ada sehingga perusahaan dapat memiliki keunggulan bersaing dengan usaha BMT sejenis lainnya.

2. Strategi *Strenght-Threats* (ST)

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh BMT AI-Karomah Martapura untuk mengatasi ancaman yang ada.

3. Strategi *Weaknesses-Opportunities* (WO)

Strategi ini menggunakan suatu peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang menjadi kendala BMT AI-Karomah Martapura.

4. Strategi *Weaknesses-Threats* (WT)

Strategi menggunakan cara dengan meminimalkan kelemahan, serta menghindari ancaman yang ada. Dalam kondisi yang menjadi hambatan seperti ini BMT AI-Karomah Martapura harus cepat dalam mengantisipasinya sehingga tujuan dapat tercapai.

Tahapan selanjutnya setelah membuat Matrik SWOT adalah melakukan perumusan dengan Matrik IFAS dan EFAS.

1. Matrik IFAS

Pada faktor – faktor yang tertera pada tabel 4.3 dimasukkan kedalam matriks IFAS. Dengan tahap – tahap sebagai berikut: memberikan bobot pada masing – masing faktor dengan skala 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut dalam usaha ini. Lalu menghitung rating untuk masing – masing faktor dengan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh terhadap usaha ini. Lalu mengalikan bobot dan rating sehingga memperoleh pembobotan.

Tabel 4. 4
Matrik IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*)

Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<i>Strengt (Kekuatan)</i>			
Aspek Keuangan			
1. Memiliki Ketahanan Modal yang besar	0,03	2	0,06
2. Memiliki laporan keuangan dan <i>capital loan</i> yang sudah lunas	0,10	2	0,20
Aspek Sumber Daya Manusia			
1. Memiliki Karyawan yang terampil, professional dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan	0.08	3	0.24
2. Sistem manajemen yang baik	0,06	3	0,18
Aspek Kegiatan Operasional			
1. BMT beroperasi selama 5 hari Kerja dan mengutamakan Kepuasan anggota	0,11	3	0,33
2. Kualitas ruangan selalu dijaga dengan baik	0,12	4	0,48
3. Pelayanan yang baik	0,11	4	0,44
Aspek Pemasaran			

Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1. Lokasi yang strategis	0,12	4	0,48
2. Promosi menggunakan baliho dan brosur	0,03	3	0,09
Sub Total	0,76		2,50
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
Aspek keuangan			
1. Keuangan Perusahaan tidak fleksibel, harus berdasarkan rencana anggaran tahun sebelumnya.	0,03	3	0,09
Aspek Sumber Daya manusia			
1. Kelengkapan alat operasional yang masih terbatas	0,03	2	0,06
Aspek pemasaran			
1. Masih kurang intensif dalam menjalankan strategi pemasaran	0,10	3	0,30
2. Kurangnya promosi yang menarik minat konsumen	0,11	3	0,33
Sub Total	0,24		0,69
Total	1.00		3,19

Dari hasil analisis pada matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*), *Strength* (S) memiliki faktor yang paling menonjol yaitu faktor dari lokasi yang strategis, Kualitas ruangan yang selalu dijaga dengan baik dengan nilai sub total **2,50**. Dan pada *Weakness* (W), memiliki nilai sub total **0,69** dengan faktor yang menonjol adalah faktor Masih kurang intensif dalam menjalankan strategi pemasaran dan Kurangnya promosi yang menarik minat konsumen.

2. Matrik EFAS

Pada faktor-faktor yang tertera pada tabel 4.4 dimasukkan kedalam matriks EFAS. Dengan tahap-tahap sebagai berikut: memberikan bobot

pada masing-masing faktor dengan skala 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut dalam usaha ini. Lalu menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh terhadap usaha ini. Lalu mengalikan bobot dan rating sehingga memperoleh pembobotan.

Tabel 4. 5
Matrik EFAS (*External Factors Analysis Summary*)

Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Opportunities (Peluang -O)			
Aspek Pasar			
1. Target pasar yang pasti (target pasar adalah masyarakat yang memiliki usaha produktif di Kota Martapura)	0,14	3	0,42
2. Bertambahnya jumlah masyarakat yang menjalankan usaha skala UMKM	0,19	3	0,57
3. Adanya Media sosial yang banyak diminati masyarakat	0,17	4	0,68
Sub Total	0,51		1,67
Ancaman (Threats-T)			
Aspek Komptitor			
1. Pesaing menerapkan margin yang lebih besar	0,20	1	0,20
2. Pesaing juga sudah mulai mengikuti cara yang dilakukan oleh BMT Al-Karomah Martapura	0,15	2	0,30
Aspek Pemerintahan			
1. Peraturan pemerintah daerah yang sangat ketat	0,06	2	0,12
Sub Total	0,41		0,62
Total	1.00		2,29

Sember: Hasil Penelitian, 2022.

Dari hasil analisis yang dilakukan, maka faktor *opportunity* memiliki sub total **1,67** dengan menunjukkan faktor adanya media sosial yang diminati masyarakat dan bertambahnya jumlah masyarakat yang menjalankan usaha skala UMKM, pada faktor *threat* memiliki subtotal sebesar **0,62** yang paling menonjol adalah juga sudah mulai mengikuti cara yang dilakukan oleh BMT Al-Karomah Martapura.

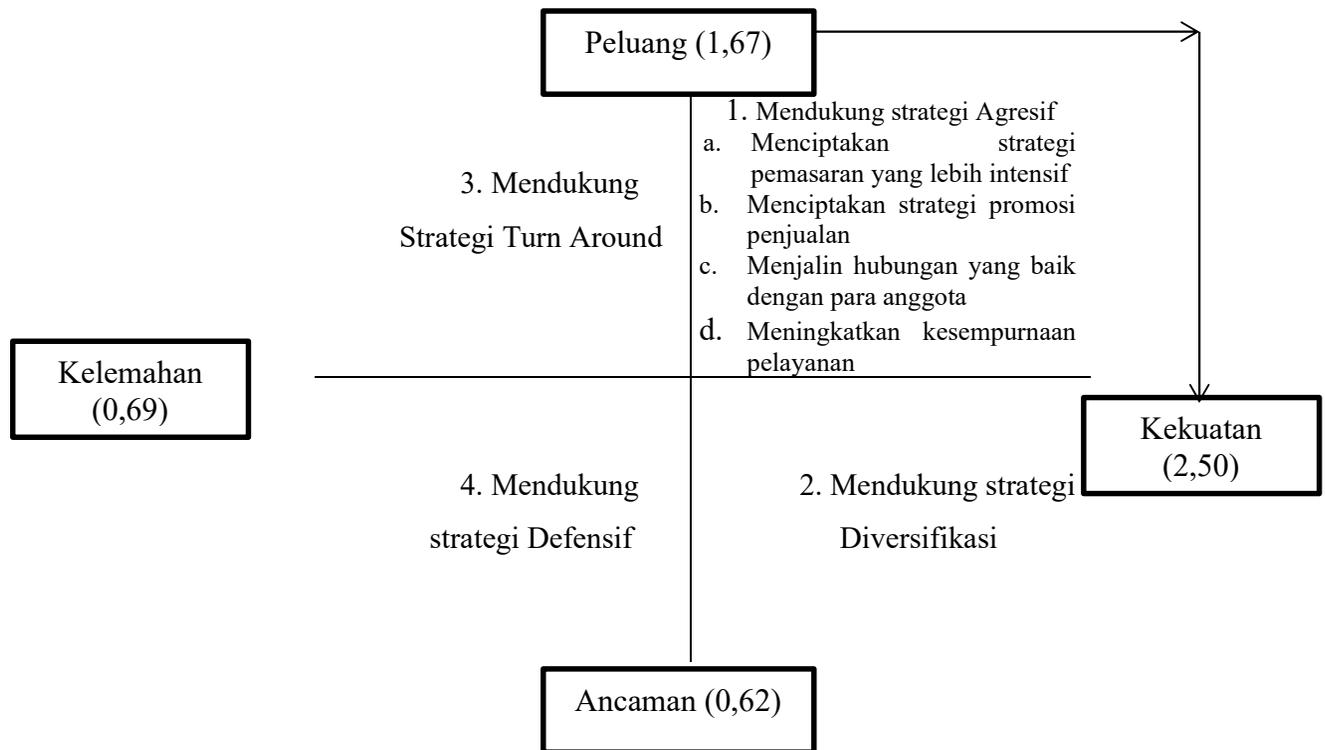
Setelah melakukan pembobotan IFAS dan EFAS maka, hasil pembobotan akan dijumlahkan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 6
Matriks IFAS+EFAS

Sub Total <i>Strength</i>	= 2,50	Sub Total <i>Weakness</i>	= 0,69
Sub Total <i>Opportunity</i>	= 1,67	Sub Total <i>Threat</i>	= 0,62
Total S+O	= 4,17	Total W+T	= 1,31

Sember: Hasil Penelitian

Dari hasil penjumlahan IFAS+EFAS pada tabel 4.6 bahwa total **S+O > W+T**,maka faktor strategis kekuatan dan peluang mendukung tercapainya jalan keluar dari pokok permasalahan yang ada untuk mendapatkan rekomendasi yang diharapkan. Dapat digambarkan dalam diagram analisis SWOT pada tabel berikut:



Gambar 4. 2. Diagram Analisis SWOT *Clothingan Blackstar*

Sumber : Diolah Peneliti, 2022

Dari hasil diagram SWOT menunjukkan bahwa strategi yang dibutuhkan oleh usaha BMT Al-Karomah Martapura dalam meningkatkan jumlah anggota adalah strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategi*). Karena BMT Al-Karomah Martapura memiliki peluang dan kekuatan. Sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan kekuatan yang mendukung.

Adapun strategi ditunjukkan dalam matriks SWOT yang menunjukkan kekuatan dan peluang usaha untuk menetapkan strategi-strategi yang akan digunakan oleh usaha BMT Al-Karomah Martapura untuk meningkatkan jumlah anggota. Memperlihatkan aspek-aspek kekuatan dan peluang dari usaha

BMT Al-Karomah Martapura dijadikan satuan untuk mendapatkan cara yang digunakan untuk meningkatkan jumlah anggota BMT Al-Karomah Martapura.

C. Analisis Data

Berdasarkan hasil analisis tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan analisis SWOT, berikut ini merupakan temuan dari hasil analisis SWOT tentang strategi pemasaran dari BMT Al-Karomah Martapura untuk meningkatkan jumlah pengunjung, sebagai berikut :

1. Pemanfaatan Peluang Usaha BMT Al-Karomah Martapura

Dalam Ismail Solihin, (2012, hal. 128) peluang (*opportunities*) merupakan tren positif yang berada di lingkungan eksternal perusahaan, dan apabila peluang tersebut dieksploitasi oleh perusahaan, maka peluang usaha tersebut berpotensi untuk menghasilkan laba bagi perusahaan secara berkelanjutan. Strategi pemasaran sebagai salah satu alat untuk memperkenalkan BMT dan produknya juga harus memperhatikan setiap peluang dan menjadikannya landasan penciptaan strategi pemasaran, berikut ini peluang dan strategi pemasaran untuk peningkatan anggota BMT Al-Karomah Martapura:

- a. Jumlah orang yang melintasi Kota Banjarmasin atau sebaliknya meningkat

Dengan terjadinya peningkatan jumlah orang-orang atau masyarakat yang menjalankan usaha skala UMKM, maka mengharuskan para pelaku usaha menyiapkan modal usaha untuk dapat menjalankan dan mempertahankan usahanya dan hal tersebut merupakan peluang bagi BMT Al-Karomah Martapura untuk memasarkan kepada setiap pelaku usaha

bahwa BMT Al-Karomah Martapura merupakan lembaga keuangan yang beroperasi dengan system syariah dan memiliki produk berupa penghimpinan dan penyaluran dana. BMT Al-Karomah Martapura dalam pemasarannya untuk meningkatkan jumlah anggota dengan cara : menambah baliho-baliho dan brosur yang berisikan tentang informasi BMT Al-Karomah Martapura yang disertai dengan gambar-gambar menarik dan tampilan menarik, dan menampilkan tulisan-tulisan informatif mengenai keunggulan dari BMT Al-Karomah Martapura.

b. Adanya Media Sosial yang diminati masyarakat

Media sosial saat ini sangat diminati oleh masyarakat, bahkan bisa dikatakan keseharian masyarakat hamper tidak bisa dilepaskan dari media sosial. Karena itulah hal ini dimanfaatkan oleh BMT Al-Karomah Martapura sebagai salah satu strategi agar dapat meningkatkan jumlah anggotanya. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dipilih oleh BMT Al-Karomah Martapura selain karena biayanya yang murah, juga dikarenakan media sosial mampu menjangkau ke wilayah yang luas dan berbagai penjuru. Contoh media sosial yang dimanfaatkan sebagai sarana sosial adalah *intagram*. BMT Al-Karomah cukup membayar sebesar Rp. 300.000 untuk penayangan iklan selama 15 (lima belas hari) dan radius jangkauan 40 km. artinya iklan yang berisi informasi mengenai BMT Al-Karomah Martapura akan ditayangkan oleh *intagram* dan siapapun pengguna *intagram* dalam radius 40 kilometer dari BMT Al-Karomah akan bisa menyaksikan iklan tersebut secara otomatis tanpa harus melakukan pencarian terlebih dahulu.

2. Strategi Alternatif

Dilihat dari matriks IFAS dan EFAS yang telah dilakukan, maka diperoleh nilai subtotal peluang memiliki sub total sebesar 1,67, ancaman memiliki sub total sebesar 0,62 serta kekuatan memiliki nilai sub total 2,50 dan kelemahan memiliki sub total sebesar 0,69.

Kekuatan dan peluang memiliki nilai yang lebih unggul daripada nilai kelemahan dan ancaman. Maka dapat ditentukanlah strategi apa yang tepat untuk digunakan. Yang terlihat pada gambar 4.2 menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan adalah strategi pemasaran yang agresif dimana kekuatan dan peluang jika digabungkan akan memberikan berbagai cara untuk menumbuhkan atau mengembangkan usaha untuk meningkatkan penjualan melalui penambahan jumlah pengunjung dan keuntungan (Rangkuti, 2019:20).

Dalam Kartajaya (2015) menyatakan konsep strategi pemasaran yang dikonsumsi dan dikembangkan haruslah konsep pemasaran yang sudah terdefinisi sehingga orang tak lagi hanya berbicara bauran pemasaran, tetapi juga bagaimana memenangkan pasar (*market share*), serta memenangkan pangsa pikiran (*mind share*) dan memenangkan pangsa hati dan perasaan (*heart share*). Didalamnya dibicarakan mengenai *brand*(merek) yang merupakan nilai yang terpenting, *service* yang merupakan *value enabler* dan proses merupakan perangkat atau pembangkit nilai (*value enhancer*). Juga dibicarakan tentang segmentasi, positioning, diperensiasi dan penjualan. Dari hasil penelitian, BMT Al-Karomah Martapura ini dapat menggunakan Strategi pemasaran yang terkonsentrasi (*Concentrated Marketing*). Dengan strategi ini, perusahaan

mengkhususkan pemasaran produknya dalam beberapa segmen pasar, dengan pertimbangan keterbatasan sumber daya perusahaan, dimana BMT Al-Karomah Martapura berkonsentrasi menerapkan pemasaran yang berfokus pada pemanfaatan setiap peluang yang ada dengan menggunakan kekuatan untuk pencapaian peningkatan jumlah anggota dan meningkatkan daya saing usaha dari BMT Al-Karomah Martapura.

Sedangkan untuk pelaksanaan pemasaran untuk penetrasi pasar maka BMT Al-Karomah Martapura harus menerapkan *Strategi rapid penetration* yaitu strategi yang dijalankan dengan menetapkan margin rendah namun mengupayakan bagi hasil yang tinggi dan kegiatan promosi yang tinggi agar para masyarakat tertarik dan memilih BMT Al-Karomah Martapura sebagai pilihan utama.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan pada Bab terdahulu, dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari analisis data yang diperoleh, BMT Al-Karomah Martapura mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Adapun kekuatan adalah memiliki karyawan yang trampil, jam operasional yang tinggi dan memiliki lokasi yang strategis. Adapun kelemahannya adalah kurangnya kinerja karyawan kurang maksimal, kelengkapan alat oprasional yang masih terbatas, dan masih kurang intensif dalam menjalankan strategi pemasaran dan promosi. Adapun peluang yang BMT Al-Karomah Martapura adalah target pasar yang pasti yaitu masyarakat yang memiliki usaha produktif di wilayah Martapura dan sekitarnya, dan adanya media sosial yang di minati oleh masyarakat. Adapun ancaman yang dimiliki oleh BMT Al-Karomah Martapura adalah pesaing sudah mulai menerapkan margin yang lebih kecil, dan pesaing yang sudah mulai mengikuti cara yang dilakukan oleh BMT Al-Karomah Martapura.
2. Langkah yang diterapkan BMT Al-Karomah Martapura guna meningkatkan jumlah anggota adalah dengan meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial, serta peningkatan kualitas pelayanan guna merealisasikan Kepuasan anggota.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diajukan oleh peneliti, adalah sebagai berikut:

1. Untuk mewujudkan nilai sosial, maka BMT dengan produk yang ditawarkan lebih menitik beratkan pada sektor ekonomi syariah dan bentuk silaturrahim demi terjalannya Ukhuwah Islamiyyah. Tanpa adanya “penindasan” terhadap masyarakat kecil.
2. Perlu adanya sosialisasi yang dilakukan oleh pihak BMT dengan masyarakat supaya masyarakat dapat mengetahui produk-produk dan pelayanan dari BMT Al-Karomah Martapura yang dioperasikan dengan system ekonomi syariah.
3. Dengan banyaknya ancaman dari pesaing sejenis maka pihak BMT Al-Karomah Martapura harus lebih kreatif lagi dalam menjalankan usaha ini, dengan membuat desain pemasaran yang lebih inovatif.
4. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin membahas mengenai strategi dalam meningkatkan jumlah anggota, hendaknya mengkaji menggunakan analisis lain selain SWOT pada dan meneliti pada objek yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, A. S. (2012). *Problematika penerapan hukum jaminan di lembaga keuangan mikro syariah*. Semarang: Rafi Sarana Perkasa.
- Anshori, A. G. (2006). *Gadai Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Antonnio, M. S. (1999). *Bank Syariah Suatu Pengenalan Umum*. Jakarta: Tazkia Institute.
- Arifin, Z. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Islam*. Jakarta: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta, Cet. Ke-12.
- Assauri, S. (2016). *Strategic Management*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chuzaimah T. Yanggo, H. (2004). *Problematika Hukum Islam Kontemporer III*. Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Dahlan Albarry, P. A. (1994). *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya: Arkola.
- Jafri, S. (2008). *Fiqh Muamalah*. Pekanbaru: Suska Press.
- Janwari, Y. (2015). *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Karim, A. A. (2010). *Bank Islam analisis Fiqih dan keuangan*. Jakarta: PT.Raja Grafindp Persada.
- Lestari, E. P. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: UII Press.
- Li, H., & Chai, J. (2022). Cooperation strategies when leading firms compete with small and medium-sized enterprises in a potentially competitive market. *Journal of Management Science end Engineering*, 7(3), 489-509.
- Majdid, M. A. (1994). *Kamus Istilah Fikih*. Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Mawardi. (2008). *Lembaga Perekonomian Umat*. Pekanbaru: Suska Press.
- Muhammad. (2015). *Manajemen Dana Bank Ssyariah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Mursyid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Muslehuddin, M. (2004). *Sistem Perbankan Dalam Islam*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Muttaqien, D. (2009). *Aspek Legal Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Safira Insani Press.

- Purwono, S. H. (2001). *Manajemen Strategi Sebuah Konsep Pengantar*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Rangkuti, F. (2017). *SWOT-Balanced Scorecard*. Jakarta: Erlangga.
- Rifa'i, M. (2002). *Konsep Perbankan Syariah*. Semarang: CV Wicaksana.
- Rivai, V. (2012). *Islamic Bank*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rozalinda. (2016, hal. 261). *Fikih Ekonomi Syariah Prinsip dan Implementasinya Pada Sektor Keuangan Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rozalinda. (2016). *Fikih Ekonomi Syariah Prinsip dan Implementasinya Pada Sektor Keuangan Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rusdarti, & Sakitri, W. (2020). Strategy to improve The Competitiveness of Cooperatives. *JEJAK: Journal of Economics and Policy*, 12(2), 1-8.
- S, P. H. (2008). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sanwani. (2017). Strategi Penghimpunan Dan Penyaluran Dana Pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Al-Hidayah Di Kabupaten Lombok Timur. *Justicia Islamica*, 96.
- Setianingsih, W., & Lisara, A. (2019). The Retention Strategy of Cooperative Business in Industrial Revolution Era 4.0. *Medan International Conference Economics and Business Applied*, 1-7.
- Shihab, M. Q. (2005). Tafsir al-Misbah, Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur'an vol. 2. *Lentera Hati*, 610-611.
- Sjahdeini, S. R. (2007). *Perbankan Islam Dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Susyanti, J. (2016). *Pengelolaan Lembaga Keuangan Syariah*. Jawa Timur: Empat Dua.
- Sutedi, A. (2009). *Perbankan Syariah Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sutedi, A. (2009). *Perbankan Syariah Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sutedi, A. (2011). *Hukum Gadai Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Syafe'i, R. (2001). *Fiqih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.

- Taufik, M. (2020). Communication strategies of the Multipurpose Syari'ah Cooperative of Musi Sejahtera Palembang in Improving the Welfare of the Members. *Medina-Te: Journal of Islamic Studies*, 16(2), 102-109.
- Thompson, A. A. (2016). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Jakarta: Erlangga.
- Usmara, U. (2008). *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Book.
- Yanggo, C. T. (2004). *Problematika Hukum Islam Kontemporer*. Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Zuhaili, W. (2016). *Al-Mu'amalah Al-maliyah Al-Mu'ashirh buhuts wa Fatawa wa Hulul*. Dimasyq: Dar el-Fikr.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

PEDDOMAN WAWANCARA

 Identitas Informan:

Nama :

Jabatan :

Daftar Pertanyaan :

1. Apa saja kekuatan yang dimiliki oleh Kopsyah Al-Karomah Martapura terkait dengan upaya meningkatkan jumlah anggota pembiayaan Ar-Rahn?
2. Apa saja kelemahan yang dimiliki oleh Kopsyah Al-Karomah Martapura terkait dengan upaya meningkatkan jumlah anggota pembiayaan Ar-Rahn?
3. Apa saja peluang yang dimiliki oleh Kopsyah Al-Karomah Martapura terkait dengan upaya meningkatkan jumlah anggota pembiayaan Ar-Rahn?
4. Apa saja ancaman yang dimiliki oleh Kopsyah Al-Karomah Martapura terkait dengan upaya meningkatkan jumlah anggota pembiayaan Ar-Rahn?
5. Apa saja langkah-langkah yang dilakukan Kopsyah Al-Karomah Martapura dalam meningkatkan jumlah anggota?

Lampiran 2. Dokumentasi Penelitian



Lampiran 3. Surat-Surat



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 678 3434,
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id, website: febi.uin-antasari.ac.id

PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 0070/Un.14/III.5/PP.00.9/01/2021

Setelah kami mempelajari dan diadakan perbaikan seperlunya atas rencana penelitian Saudara (i):

Nama : Marlina
NIM : 170101060345
Program Studi : S.1 / Perbankan Syariah
Judul : Strategi BMT Al Karomah Martapura Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Ar Rahn

Kami dapat menyetujui rencana penelitian (proposal) tersebut. Sebagai pembimbing kami tetapkan sebagai berikut:

Dosen Pembimbing Skripsi : H. Badrian, S.Ag., M.Ag.

Saudara (i) diharapkan segera melakukan konsultasi dengan Dosen Pembimbing Skripsi guna mendapatkan arahan dalam rangka persiapan pembuatan skripsi selanjutnya.

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 05 Januari 2021
Dekan

Dr. H. Fathurrahman Azhari, M.H.I
NIP. 19600609 198803 1 003

Tembusan :

1. Rektor UIN Antasari (sebagai laporan);
2. Dosen Pembimbing;
3. Mahasiswa (i) ybs;
4. Arsip.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434;6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febi@uin-antasari.ac.id website: www.febi.uin.antasari.ac.id

PENETAPAN PERUBAHAN JUDUL SKRIPSI

Nomor : 2000/Un.14/III.5/PP.00.9/06/2022

Memperhatikan surat permohonan Saudara (i) dan hasil rapat Tim Seleksi Proposal Skripsi berkenaan dengan perubahan judul, maka kami dapat menyetujui dan menetapkan judul yang baru terhadap skripsi Saudara (i):

Nama : Marlina
NIM : 170101060345
Program Studi : S.1 / Perbankan Syariah
Judul Terdahulu : Strategi BMT Al Karomah Martapura Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Ar Rahn
Judul Baru : Strategi Kopsyah Al-Karomah Martapura dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pembiayaan Ar Rahn

Kami dapat menyetujui usul perubahan judul skripsi dengan pembimbing sebagai berikut:

Dosen Pembimbing Skripsi : H. Badrian, S.Ag., M.Ag.

Saudara (i) diharapkan segera melakukan konsultasi dengan Dosen Pembimbing Skripsi guna mendapatkan arahan dalam rangka persiapan pembuatan skripsi selanjutnya.

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 02 Juni 2022

an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan



[Handwritten Signature]
Dr. Zaki Mubarak, S.E., M.Si
NIP. 19771031 200212 1 002

Tembusan:

1. Rektor UIN Antasari (sebagai laporan);
2. Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II;
3. Mahasiswa (i) ybs;
4. Arsip.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434 – 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febi@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com website: www.febi.uin.antasari.ac.id

Banjarmasin, 28/12/2021

Nomor : B-393/Un.14/III.5/PS.S1/PP.00.9/28/12/2021/28/12/2021
Lampiran : Satu berkas
Hal : Penetapan Waktu Ujian
Proposal Skripsi

Kepada
Yth. Marlina / 170101060345
Mahasiswa/i Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari
Banjarmasin

Assalamu'alaikum wr. wb.

Berdasarkan Surat permohonan Saudara pada tanggal 16 Desember 2021 dan Penetapan Penguji Eksternal oleh Biro Skripsi, maka dengan ini ditetapkan Ujian Proposal Skripsi atas nama:

Nama / NIM	: Marlina / 170101060345
Jurusan	: Perbankan Syariah
Judul	: Strategi BMT Al-Karomah Martapura dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Ar-Rahn

pada:

Hari/Tanggal	: Kamis, 30/12/2021
Waktu	: 11.00-11.45
Tempat/Media	: DARING

dengan susunan tim penguji sebagai berikut:

Ketua/Anggota Penguji	: H. Badrian, M.Ag.
Anggota Penguji	: Pati Matu Zahra, S.Ag., MSI
Notulen	: Neco Erlin Pradana, S.Pd.

Demikian surat penetapan ini dibuat untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum wr. wb.



Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Annisa Saayid

Tembusan:

-Yth. 1. Ketua/Anggota Penguji
2. Anggota Penguji
3. Notulen

-Arsip

Catatan:

Diharap pelaksanaan ujian tepat waktu untuk menghindari tertundanya ujian-ujian berikutnya



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434 – 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febi@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com website: www.febi.uin.antasari.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B-393/Un.14/III.5/PP.00.9/12/2021

Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari, menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Marlina
NIM : 170101060345
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : Strategi BMT Al-Karomah Martapura dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Ar-Rahn

telah melaksanakan ujian proposal skripsi pada:

Hari/Tanggal : Kamis, 30/12/2021
Waktu : 11.00-11.45
Tempat : DARING

dengan susunan tim penguji sebagai berikut:

Ketua/Anggota Penguji : H. Badrian, M.Ag.
Anggota Penguji : Pati Matu Zahra, S.Ag., MSI
Notulen : Neco Erlin Pradana, S.Pd.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 31 December 2021
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Annisa Sa'yyid



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434 Banjarmasin 70235
e-mail: mikwafebi@uin-antasari.ac.id / website: www.febi.uin-antasari.ac.id

Nomor : B-2124/Un.14/III.5/TL.00/06/2022
Sifat : -
Lamp : 1 Berkas
Hal : Permohonan Izin Riset

14 Juni 2022

Yth.
Ketua Koperasi BMT Al-Karomah
Martapura

Assalamu'alaikum wr.wb.

Dengan hormat. Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari menyampaikan permohonan untuk diberikan izin riset kepada :

Nama	: Marlina
NIM	: 170101060345
Tempat Tanggal Lahir	: Kandangan Lama, 16 September 1999
Semester/Jurusan	: X / Perbankan Syariah
Tahun Akademik	: 2021/2022
Alamat	: Jl. Kandangan Lama RT. 003 RW. 001
Waktu Riset	: 14 Juni s.d 14 Juli 2022

Judul Skripsi : **Strategi Kopsyah Al-Karomah dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pembiayaan Ar-Rahn** (sebagaimana proposal terlampir).

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon agar kiranya berkenan membantu memberikan data dan informasi yang diperlukan terkait dengan riset tersebut.

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan,



Zaki Mubarak



**KOPERASI SYARI'AH
BMT AL-KAROMAH MARTAPURA**

Jl. A. Yani Km. 39 No. 11 Y (Depan Kompas) Martapura Kalimantan Selatan
Telp. (0511) 4722600 Fax. (0511) 4721941 Kode Pos 70614

SURAT KETERANGAN

NO. 057/BMT-AK/X/2022

Saya yang bertanda tangan dibawah ini ;

Nama : Dr. H. M. Quzwini, M.Ag
Jabatan : Manajer
NIK : 021198001

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Marlina
Tempat, Tanggal Lahir : Kandangan Lama, 16 September 1999
NIM : 170101060345
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Kopsyah Al Karomah dalam Meningkatkan
Jumlah Anggota Pembiayaan Ar Rahn

Telah selesai melakukan riset pada Koperasi Syari'ah BMT Al Karomah Martapura sejak tanggal 14 Juni 2022 sampai dengan 14 Juli 2022.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Martapura, 05 Oktober 2022.



Manajer

Dr. H. M. Quzwini, M. Ag

NIK. 021198001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febibimaji@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com website: febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Marlina
NIM : 170101060345
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Kopsyah Al-Karomah Martapura Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pembiayaan Ar Rahn
Pembimbing : H. Badrian, S.Ag., M.Ag

CATATAN PEMBIMBING

Kamis, 4 Agustus 2022

- Perbaiki Pedoman Wawancara

Catatan:

1. Setiap konsultasi catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I/Pembimbing II
2. Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com website: febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Marlina
NIM : 170101060345
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Kopsyah Al-Karomah Martapura Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pembiayaan Ar Rahn
Pembimbing : H. Badrian, S.Ag., M.Ag

CATATAN PEMBIMBING

Senin, 15 Agustus 2022

- Tambahkan Matrik SWOT
- Perbaiki Kesimpulan No. 1

Catatan:

1. Setiap konsultasi catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I/Pembimbing II
2. Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimai@uin-antasari.ac.id / febui.umasantari@gmail.com website: febui.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Marlina
NIM : 170101060345
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Kopsyah Al-Karomah Martapura Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pembiayaan Ar Rahn
Pembimbing : H. Badrian, S.Ag., M.Ag

CATATAN PEMBIMBING

Senin, 5 September 2022

- Tambahkan abstrak dan lain-lain

Catatan:

1. Setiap konsultasi catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I/Pembimbing II
2. Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com website: febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Marlina
NIM : 170101060345
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Kopsyah Al-Karomah Martapura Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pembiayaan Ar Rahn
Pembimbing : H. Badrian, S.Ag., M.Ag

CATATAN PEMBIMBING

Selasa, 30 Agustus 2022

- Betulkan ketikan yang typo dan spasi pengetikan

Catatan:

1. Setiap konsultasi catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I/Pembimbing II
2. Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 87834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com website: febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Marlina
NIM : 170101060345
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Kopsyah Al-Karomah Martapura Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pembiayaan Ar Rahn
Pembimbing : H. Badriah, S.Ag., M.Ag

CATATAN PEMBIMBING

Selasa, 20 September 2022

- Perbaiki abstrak dan kata pengantar

Catatan:

1. Setiap konsultasi catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I/Pembimbing II
2. Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 67834343 / 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com website: febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Marlina
NIM : 170101060345
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Kopsyah Al-Karomah Martapura Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pembiayaan Ar Rahn
Pembimbing : H. Badrian, S.Ag., M.Ag

CATATAN PEMBIMBING

Senin, 3 Oktober 2022
- ACC

Catatan:

1. Setiap konsultasi catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I/Pembimbing II
2. Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 6777 955, e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/febi.uinantasari@gmail.com, website: febi.uin-antasari.ac.id

PENETAPAN BEBAS PLAGIASI

Nomor : B - 3981/Un. 14/III.5/PP.00.9/10/2022

Memperhatikan surat permohonan Saudara (i) dan hasil Rapat Tim Pemeriksa Plagiasi Tugas Akhir/ Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, maka kami dapat memberikan Surat Keterangan Bebas Plagiasi skripsi atas nama Saudara (i):

Nama : Marlina
NIM : 170101060345
Program Studi : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Kopsyah A1-Karomah Martapura Da1am Meningkatkan Jum1ah Anggota Pembiayaan Ar Rahn

Dengan demikian, skripsi Saudara (i) dinyatakan:

BEBAS PLAGIASI
Dengan Persentase Indikasi Plagiat : 14 %

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 07 Oktober 2022
Dekan



Dr. H. Sukarni, M.Ag.
NIP. 19630417 199102 1 001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama Lengkap : Marlina
2. Tempat dan Tanggal lahir : Kandangan Lama, 16 September 1999
3. Agama : Islam
4. Kebangsaan : Indonesia
5. Status Perkawinan : Belum Kawin
6. Alamat : Kandangan Lama, RT. 03 RW, 01
Kecamatan Panyipatan Kabupaten Tanah
Laut
7. Pendidikan
 - a. SD : SDN Kandangan Lama
 - b. SMP : Ponpes Al-Mursyidul Amin Gambut
 - c. SMA : MAN Tanah Laut
8. Orang Tua

Ayah

Nama : Huldani

Pekerjaan : Petani

Pendidikan : SLTP

Alamat : Kandangan Lama, RT. 03 RW, 01 Kecamatan
Panyipatan Kabupaten Tanah Laut

Ibu

Nama : Sinar Mutiara

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Pendidikan : SD

Alamat : Kandangan Lama, RT. 03 RW, 01 Kecamatan
Panyipatan Kabupaten Tanah Laut
9. Saudara (jumlah saudara) : 1
10. Suami / Isteri

Nama :

Pekerjaan :

Alamat :
11. Anak :

Banjarmasin, Oktober 2022

Penulis,


 Marlina