

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Sejak tahun 1997 hingga sekarang krisis ekonomi di Indonesia belum menunjukkan tanda-tanda kepulihan yang lebih baik. Diawali dengan adanya krisis perbankan kemudian menjadi semakin rawan. Perbankan di Indonesia tidak lagi mampu beroperasi secara normal, pelanggaran terhadap prinsip kehati-hatian meningkat, kecukupan likuiditas dan permodalan bank menurun drastis dan ketergantungan terhadap bantuan dari Bank Indonesia naik tajam.

Krisis perbankan semakin dalam dengan munculnya isu negatif mengenai kondisi perbankan nasional. Turunnya peringkat dan gambaran pesimis yang diberikan lembaga pemeringkat internasional kepada perbankan nasional juga telah mengakibatkan semakin merosotnya kepercayaan masyarakat.¹

Belajar dari kegagalan pengelolaan perbankan nasional yang berbasis bunga dan ditunjang dengan *mismanagement* kelembagaan perbankan, mendorong munculnya sistem perbankan “baru”. Meskipun, munculnya sistem perbankan ini dimunculkan pada tahun 1992, dengan berdasar pada UU No 7 tahun 1992. Pada tahun ini Indonesia, belum terasa kekrisisannya. Namun, setelah terjadi krisis ekonomi dan perbankan, maka UU No 7 tahun 1992 tersebut dilakukan revisi, menjadi UU No. 10 tahun 1998. Berangkat dari UU inilah, akhirnya mendorong tumbuh kembangnya lembaga keuangan yang berbasis

¹Muhammad, *Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), hal. 131

syariah. Telah banyak bank konvensional yang melakukan konversi dari sistem bunga menjadi sistem syariah.

Sepuluh tahun sejak diundangkannya pada lembaran Negara, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan bagi Hasil, yang direvisi dengan UU No. 10 tahun 1998, bank syariah dan lembaga keuangan non-bank secara kuantitatif tumbuh dengan pesat. Pertumbuhan yang pesat secara kuantitatif tidak diikuti dengan peningkatan kualitas ternyata telah menimbulkan dampak negatif yang tidak kecil. Disana-sini ada saja keluhan tentang layanan yang tidak memuaskan dari lembaga keuangan syariah, bahkan sudah mulai banyak Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) yang menghadapi kesulitan.

Istilah bank telah menjadi istilah umum yang banyak dipakai di masyarakat dewasa ini. Bank mempunyai arti suatu lembaga intermediasi keuangan yang paling penting dalam sistem perekonomian kita, yaitu suatu lembaga khusus yang menyediakan layanan finansial.² Pengertian bank menurut pasal 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 adalah: *“Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak.”*³ Perkembangan lembaga keuangan saat ini sangat meningkat, baik lembaga keuangan konvensional maupun lembaga keuangan syariah.

²Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Ciputat-Tangerang: Azkia Publisher, 2009), hal. 45

³Ferry N. Idroes, *Manajemen Resiko Perbankan*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada 2008), hal. 15

Tata-cara pengelolaan lembaga keuangan syariah memang harus berbeda dengan mengelola lembaga konvensional. Menyamakan begitu saja tentu akan menimbulkan kesulitan. Namun dapat pula dipahami bahwa sebagian besar pengelola lembaga keuangan syariah berasal dari bank konvensional.⁴

Dari perkembangan tersebut terdapat beberapa lembaga keuangan yang berdiri, salah satunya adalah Baitul Maal wat Tamwil (BMT). BMT terdiri dari dua istilah, yaitu Baitul Maal dan Baitul Tamwil. Baitul Maal lebih mengarah pada usaha dalam mengelola dana. Adapun Baitul mal Tamwil adalah sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana. Penyaluran dana atau pembiayaan dalam suatu lembaga biasanya disebut kredit, ada kredit jangka pendek ada pula kredit jangka panjang. Kredit jangka pendek adalah kredit yang diberikan dengan jangka waktu pelunasannya selama tidak lebih satu tahun. Sedangkan kredit jangka panjang adalah kredit yang diberikan dengan jangka waktu pelunasannya lebih dari satu tahun.⁵

Baitul Mal wa tamwil (BMT) merupakan bentuk lembaga swadaya masyarakat (LSM). Segmen masyarakat yang biasanya dilayani BMT adalah masyarakat kecil yang kesulitan berhubungan dengan bank. Perkembangan BMT semakin marak setelah mendapat dukungan dari Yayasan Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (YINBUK) yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI). Hasil riset Akhyar Dkk mencatat jumlah BMT di Indonesia sampai tahun 1999 lalu sebanyak 2808. Dimana pulau

⁴Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: (UPP) AMPYKPN, 2005), hal. 85

⁵Sutardjo Tui, *Proposal Kelayakan Usaha UMKM untuk Perbankan*, (Yogyakarta: Pressindo Inti Media, 2013), hal. 43

Jawa merupakan sector terbesar dari perkembangan BMT tersebut yang mencapai 1810 unit pada tahun 1999. Sementara itu data Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) yang didirikan pada tahun 1995, menyampaikan bahwa sampai April tahun 2001 jumlah BMT dibawah koordinasinya adalah 2939 BMT yang tersebar diseluruh Indonesia. Dari jumlah tersebut 2402 unit BMT secara aktif menyampaikan laporan mereka ke PINBUK. BMT-BMT yang aktif ini diketahui kinerjanya, dari jumlah modal, jumlah dana pihak ke tiga, jumlah pembiayaan, jumlah asset, jumlah nasabah dan jumlah nasabah pembiayaan.⁶

Semakin banyak keberadaan lembaga-lembaga keuangan yang berprinsip syariah maka semakin tinggi pula tingkat persaingan antar lembaga tersebut. Setiap lembaga pasti mempunyai strategi-strategi tersendiri dalam menarik nasabah untuk bergabung di lembaga keuangan tersebut, baik strategi dalam suatu produk maupun strategi dalam pelayanannya.

Produk yang ada di BMT tidak jauh berbeda dengan produk yang ada di bank syariah. Produk-produk perbankan syariah ada enam macam, yaitu: prinsip simpanan, prinsip pengembalian keuntungan, prinsip bagi-hasil, prinsip sewa (ijarah), prinsip pengambilan fee, dan prinsip biaya administrasi (*Al Qard Al Hasan*).⁷ Namun dalam praktiknya tidak semua lembaga-lembaga keuangan syariah mempunyai semua produk-produk tersebut melainkan hanya sebagian saja yang digunakan. Yang membedakan antara lembaga satu dengan yang lain hanyalah tatacara pengelolaannya namun dari prinsipnya tetap harus sesuai dengan Al Qur'an dan Hadits. Kebanyakan produk yang disediakan adalah

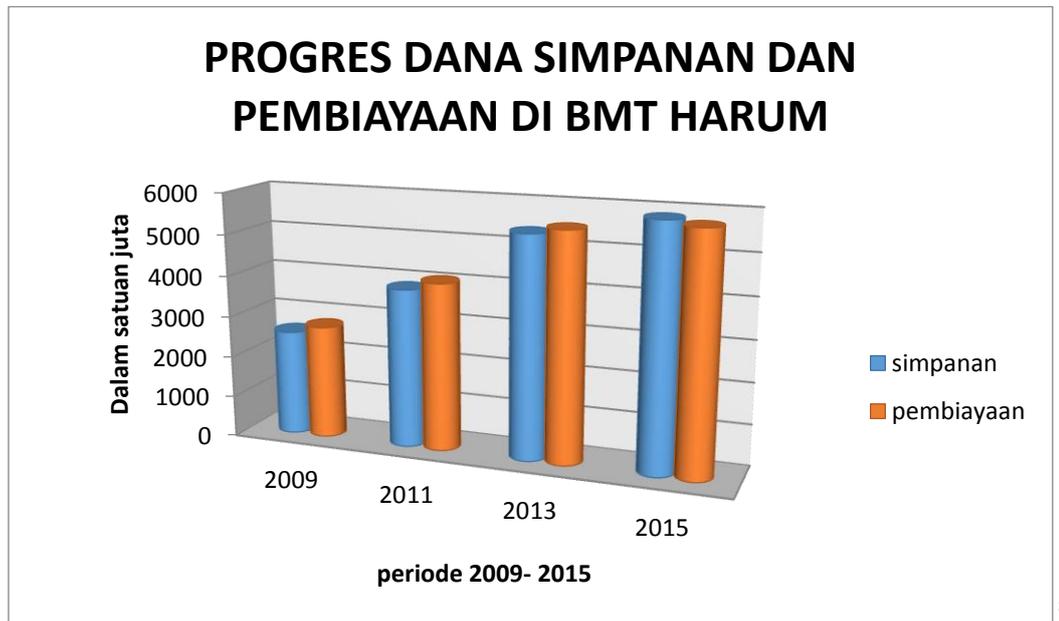
⁶Muhammad, *Bank Syariah...*, hal. 136

⁷Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), hal. 143

mengenai simpanan dan pinjaman selain produk tersebut sebenarnya ada melainkan hanya sebagian kecil saja dikarenakan masih minimnya minat nasabah terhadap produk tersebut.

Dari segi produk-produknya lembaga keuangan (BMT) mempunyai kesamaan dengan bank-bank syariah. Namun permasalahan yang sering timbul yaitu masih minimnya pengetahuan masyarakat akan produk-produk yang berbasis syariah. Sehingga masih sering dijumpai masyarakat yang datang dilembaga tersebut saat akan menyimpan uangnya menanyakan seberapa besar keuntungan yang diperoleh setiap bulannya bukan benar-benar berniat untuk menyimpan uang, melainkan mencari keuntungan dari simpanan tersebut. Sehingga dalam setiap produk harus diterapkan strategi-strategi yang sesuai dengan kondisi dilapangan. Strategi yang harus diperhatikan yaitu terutama dalam strategi produk tabungan sehingga nanti akan berkaitan dengan produk pembiayaan, semakin banyak minat nasabah untuk menyimpan uangnya maka semakin banyak pula peluang dari BMT untuk melakukan pembiayaan atau pencairan dana. Sehingga kedua produk tersebut bisa berjalan dengan lancar sesuai porsi masing-masing dan BMT pula akan lebih maju atau lebih diminati oleh para nasabah dan juga calon nasabahnya.

Di bawah ini terdapat grafik yang menunjukkan progres perkembangan dana tabungan maupun dana pembiayaan di BMT Harum Tulungagung. Data tersebut diambil dari rincian rekening BMT Harum tulungagung pada tahun 2009 sampai tahun 2015.



Dari grafik di atas dapat kita ketahui pertumbuhan simpanan maupun pembiayaan dari tahun 2009 sampai tahun 2015. Grafik tersebut menunjukkan peningkatan yang cukup *signifikan*. Terbukti bahwa tahun 2007 BMT Harum Tulungagung mempunyai simpanan berkisar 2 milyar sedangkan pada tahun 2015 BMT Harum Tulungagung mempunyai simpanan sebesar 5 milyar lebih. Sedangkan pertumbuhan pembiayaan dari tahun 2009 sampai tahun 2015 juga mengalami peningkatan yang seimbang dengan produk tabungan. Jumlah tabungan tersebut berasal dari seluruh produk tabungan yang dimiliki oleh BMT Harum Tulungagung.

Dalam suatu tabungan biasanya mempunyai beberapa tujuan, salah satu tujuannya yaitu berinvestasi ada pula yang bertujuan hanya untuk menabung saja. Kedua faktor tersebut sebenarnya sangatlah erat hubungannya dikarenakan investasi dalam artinya memiliki kesamaan dengan menabung, namun menurut

⁸Data BMT, *Rincian Rekening BMT Harum Tulungagung*. Januari 2009-2015

suatu teori terdapat empat prinsip yang membedakannya yaitu: 1) Dalam hal tujuan investasi bertujuan memperoleh keuntungan sedangkan menabung bertujuan hanya untuk menyimpan uangnya 2) Dalam hal potensi resiko berinvestasi sangat erat kaitannya dengan adanya resiko sedangkan menabung relative tidak ada resiko 3) Dalam jenis transaksi investasi jenis transaksinya yaitu jual-beli sedangkan menabung jenis transaksinya simpan-pinjam 4) Dan yang terakhir dalam hal tempat transaksi investasi tempat bertransaksinya adalah di pasar modal sedangkan menabung tempat transaksinya adalah di perbankan.⁹

Dari berbagai macam produk-produk tabungan pasti terdapat strategi-strategi tersendiri dalam meningkatkan jumlah nasabah penabungnya. Strategi produk yang ada biasanya masih belum begitu diminati oleh nasabahnya, karena belum sesuai dengan kebutuhan nasabahnya. Produk-Produk tabungan yang ada dalam suatu BMT haruslah sesuai dengan kebutuhan ruang lingkup nasabahnya sehingga nasabah berminat untuk memilih produk-produk tabungan yang ada dalam BMT tersebut. Produk-produk yang ada pada sebuah BMT diperuntukkan untuk semua kalangan masyarakat yang ingin menabungkan uangnya di BMT tersebut dan menjadikan BMT juga dapat memperlancar arus pembiayaan salah satunya dari dana tabungan tersebut.

BMT Harum dalam menerapkan strategi produk tabungan juga mempunyai persamaan dengan teori yang sudah ada. Teori tersebut mempunyai empat poin yaitu, penentuan logo dan moto, menciptakan merek, menciptakan kemasan dan keputusan label. Dari keempat poin-poin tersebut BMT Harum

⁹Bursa Efek Indonesia, *Sekolah Pasar Modal: Level 1*, (Surabaya: Divisi Edukasi PT Bursa Efek Indonesia), hal. 6

menerapkan tiga unsur yang sesuai dengan teori yang sudah ada. Strategi yang diterapkan oleh BMT Harum tentunya bermaksud agar memudahkan nasabah dalam mengambil keputusan menabung di lembaga keuangan tersebut.

Setiap BMT mempunyai nasabah dengan karakter yang berbeda-beda. BMT Harum menerapkan strategi produk juga menyesuaikan karakter nasabah yang telah ada, sehingga pengalaman dari tahun-tahun sebelumnya bisa dijadikan sebagai masukan dalam menetapkan strategi. Penerapan strategi produk di BMT Harum Tulungagung dapat membantu jumlah pembiayaan. Dari jumlah tabungan yang dihasilkan tersebut dapat memperlancar pembiayaan di BMT Harum Tulungagung. Khususnya pembiayaan mudharabah dan pembiayaan murabahah yang ada di BMT Harum Tulungagung.

Dari uraian diatas Penulis tertarik untuk membahas mengenai strategi produk, maka terpilih judul *“Implementasi Strategi Produk dalam Meningkatkan Pembiayaan Mudharabah dan Murabahah di BMT Harum Tulungagung”*.

B. FOKUS PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti menetapkan rumusan masalah yang terkait dengan penelitian ini guna menjawab segala permasalahan yang ada. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi produk yang diterapkan di BMT Harum Tulungagung dalam meningkatkan pembiayaan mudharabah ?
2. Bagaimana strategi produk yang diterapkan di BMT Harum Tulungagung dalam meningkatkan pembiayaan murabahah ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi produk dalam meningkatkan pembiayaan mudharabah di BMT Harum Tulungagung.
2. Untuk mengetahui strategi produk dalam meningkatkan pembiayaan murabahah di BMT Harum Tulungagung.

D. BATASAN PENELITIAN

Batasan penelitian merupakan pembatas masalah yang membatasi sebuah penelitian. Batasan masalah ada untuk membatasi bahasan penelitian agar lebih terarah dan fokus. Batasan dari penelitian ini yaitu membahas masalah yang ada di dalam rumusan masalah dan supaya tidak keluar jalur dari pembahasan ini. Dalam penelitian ini penulis membatasi pada masalah-masalah yang terkait strategi produk khususnya produk tabungan dalam meningkatkan pembiayaan. Pembiayaan tersebut hanya membahas mengenai pembiayaan mudharabah dan pembiayaan murabahah. Sumber data dari penelitian ini yaitu semua dari unit yang bersangkutan yang terdapat pada BMT Harum Tulungagung.

E. MANFAAT HASIL PENELITIAN

Dalam penelitian ini, hasil yang akan dicapai diharapkan akan membawa manfaat yang banyak, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini berguna untuk menambah dan memperluas ilmu pengetahuan tentang ilmu strategi produk tabungan, khususnya strategi tabungan apa yang diterapkan dalam meningkatkan pembiayaan mudharabah dan pembiayaan murabahah di BMT Harum Tulungagung.

2. Secara Praktis

a. Bagi pihak BMT Harum Tulungagung

Sebagai bahan masukan dalam menerapkan strategi pada produk tabungan. Sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan kelangsungan aktivitas operasional BMT Harum Tulungagung.

b. Bagi Nasabah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi nasabah dalam mengambil keputusan dalam memilih produk tabungan yang ada pada BMT Harum Tulungagung.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mempermudah peneliti selanjutnya dalam hal strategi produk dan menambah pemahaman mengenai BMT Harum Tulungagung, serta dapat mengetahui strategi

yang digunakan dalam produk tabungan untuk meningkatkan pembiayaan mudharabah dan murabahah.

F. DEFINISI ISTILAH

Berdasarkan pada variabel dari penelitian di atas, maka perlu kita ketahui definisi atau pengertian antara masing-masing variabel untuk menghindari kesalahpahaman dalam mengartikan pengertian antar variabel.

1. Strategi produk adalah suatu strategi yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang berkaitan dengan produk yang dipasarkannya dan juga berhubungan pula dengan hal-hal lain atau atribut lain yang melekat pada produk tersebut.¹⁰
2. Pengertian tabungan berdasarkan undang-undang nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan atas undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan, yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak ditarik dengan cek, bilyet, giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.¹¹
3. Pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan piutang yang dapat dipersamakan dengan itu dalam, transaksi investasi, transaksi sewa transaksi jual beli, transaksi pinjaman dan transaksi multijasa.¹²

¹⁰Kasmir, 2004, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana 2005), hal. 151

¹¹Peraturan Bank Indonesia, *Nomor: 9/19/PBI/2007 tentang Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika), hal. 20

¹²Ibid., pasal 1 ayat, hal. 35

4. Mudharabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (pemilik dana) menyediakan seluruh dana, sedangkan pihak kedua (pengelola dana) bertindak selaku pengelola, dan keuntungan usaha dibagi di antara mereka sesuai kesepakatan sedangkan kerugian finansial hanya ditanggung oleh pengelola dana.¹³
5. Murabahah adalah transaksi jual beli dengan harta pokok yang ditambah dengan keuntungan (laba) di mana harta pokok dan laba dari pihak penjual diketahui oleh pihak pembelinya.¹⁴

G. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

Untuk mempermudah pemahaman dalam tulisan ini maka dibuat sistematika penulisan skripsi. Skripsi ini terdiri dari berbagai sub bab, sub bab tersebut sebagai berikut:

Bab I berisi pendahuluan yang menjadi acuan dalam awal proses penelitian, di dalamnya diuraikan keterkaitan antara latar belakang berupa fenomena persaingan industri perbankan dan jasa keuangan serta strategi produk tabungan dan urgensi pokok permasalahan. Bab ini nantinya terdiri dari tujuh sub bab, yaitu latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat hasil penelitian, definisi istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II berisi uraian tentang landasan teori sebagai dasar asumsi yang digunakan serta arah pembahasan pada bab-bab selanjutnya. Dalam penelitian ini

¹³Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hal. 95

¹⁴Ibid., h. 101

diuraikan sebuah kerangka teori, beberapa teori-teori yang terkait dengan pokok masalah penelitian dan penelitian terdahulu.

Bab III berisi tentang metode penelitian yang digunakan sebagai acuan dalam rangka mencapai hasil penelitian secara maksimal, yang memuat rancangan penelitian berisi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian. Bab ini terdapat sub bab yang membahas mengenai profil lembaga, paparan data dan pembahasan hasil penelitian.

Bab IV berisi tentang uraian hasil penelitian dan pembahasan deskriptif hasil penelitian tentang strategi produk tabungan yang diterapkan pada BMT Harum Tulungagung dalam meningkatkan pembiayaan. Bab ini disusun sebagai bagian upaya menemukan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam rumusan masalah.

Bab V merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan yang merupakan jawaban atas pokok permasalahan yang penyusun ajukan dan saran-saran dari hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Produk

Sebelum membahas mengenai strategi produk maka kita harus mengetahui terlebih dahulu pengertian dari strategi dan pengertian produk. Kata strategi produk berasal dari dua kata yaitu strategi dan produk. Di bawah ini akan dibahas pengertian mengenai strategi dan pengertian mengenai produk.

1. Pengertian Strategi

Pengertian strategi menurut para ahli adalah sebagai berikut:

1. Hamel & Prahalad (1995)

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.

2. Karl Von Clausewitz

Strategi adalah pengetahuan tentang penggunaan pertempuran untuk memenangkan peperangan. Sedangkan perang itu sendiri merupakan kelanjutan dari politik.

3. A. Halim

Strategi adalah suatu cara dimana organisasi / lembaga akan mencapai tujuannya, sesuai dengan peluang - peluang dan ancaman - ancaman

lingkungan eksternal yang dihadapi, serta sumber daya dan kemampuan internal.¹⁵

4. Kaplan & Norton

Strategi adalah seperangkat hipotesis dalam model hubungan *cause* dan *effect*, yaitu suatu hubungan yang dapat diekspresikan melalui kaitan antara pernyataan *if-then*.

5. Stephanie K. Marrus

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

6. Andrews (1980) dan Chaffe (1985)

Strategi adalah kekuatan motivasi untuk *stakeholders*, seperti *stakeholders*, *debtholders*, manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah, dan sebagainya, yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.¹⁶

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* yang diartikan sebagai "*the art of the general*" atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan. Terdapat dua elemen utama yang merupakan jantung manajemen strategik. Pertama, manajemen strategi memerlukan tiga proses

¹⁵Indonet, *pengertian strategi menurut para ahli*, diakses pada (<http://indonetedu.blogspot.com/2013/06/pengertian-strategi-menurut-para-ahli.html>)

¹⁶Freddy Rangkuti, *ANALISIS SWOT: Teknik Membedakan Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), hal. 32

yang berkelanjutan, yaitu: Analisis, Keputusan dan Aksi yang diambil organisasi untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Kedua, inti dari manajemen strategi adalah mempelajari mengapa perusahaan mampu mempunyai kinerja yang mengungguli perusahaan yang lain. Dengan kata lain, bagaimana perusahaan mampu menciptakan keunggulan kompetitif di pasar yang tidak hanya unik dan bernilai, tetapi juga sulit ditiru oleh para pesaing.¹⁷

Beberapa pendapat menurut para ahli mengenai pengertian strategi yaitu suatu alat untuk mencapai tujuan. Tujuan utamanya adalah supaya perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Dalam hal ini dibedakan secara jelas fungsi manajemen, konsumen, distributor, dan pesaing. Jadi perencanaan strategi penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan yang optimal dari sumber daya yang ada.

2. Pengertian Produk

Produk yang dihasilkan oleh dunia usaha pada umumnya berbentuk dua macam, yaitu produk yang berwujud dan produk yang tidak berwujud. Masing-masing produk untuk dapat dikatakan berwujud atau tidak berwujud memiliki karakteristik atau ciri-ciri tertentu. Produk yang berwujud berupa barang yang dapat dilihat, dipegang, dan dirasa sekarang langsung sebelum dibeli, sedangkan produk yang tidak berwujud berupa jasa dimana tidak dapat

¹⁷Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Erlangga, 2005), hal. 45

dilihat atau dirasa sebelum dibeli. Satu hal lagi perbedaan kedua jenis produk ini adalah untuk produk yang berwujud biasanya tahan lama, sedangkan untuk yang tidak berwujud tidak tahan lama.

Contoh produk berupa barang berkaitan dengan fisik atau benda berwujud seperti buku, meja, kursi, rumah, mobil dll. Kemudian tidak berwujud yang biasanya disebut jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana seperti pribadi, tempat, kegiatan, organisasi, dan ide-ide.¹⁸

Untuk lebih jelasnya kita memahami dan mengerti segala sesuatu yang berhubungan dengan produk maka akan lebih baik kita ketahui lebih dulu pengertian produk itu sendiri. Secara umum definisi produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Sedangkan pengertian produk menurut Philip Kotler adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Dari pengertian dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan jasmani atau rohani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian.

¹⁸Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hal. 135

Seperti dikatakan sebelumnya bahwa produk memiliki ciri-ciri tersendiri untuk dapat dikatakan sebagai barang atau jasa. Dalam hal dunia perbankan dimana produk yang dihasilkan berbentuk jasa, maka akan dijelaskan ciri-ciri yang berbentuk jasa tersebut.

Adapun ciri-ciri karakteristik jasa adalah sebagai berikut:¹⁹

1. Tidak Berwujud

Tidak berwujud artinya tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum jasa tersebut dibeli atau dikonsumsi. Oleh karena itu, jasa tidak memiliki wujud tertentu sehingga harus dibeli lebih dulu.

2. Tidak Terpisahkan

Jasa tidak terpisahkan artinya antara si pembeli jasa dengan si penjual jasa saling berkaitan satu sama lainnya, tidak dapat dititipkan melalui orang lain. Misalnya pemilik kartu kredit dengan hotel.

3. Beraneka Ragam

Jasa memiliki aneka ragam bentuk artinya jasa dapat diperjual belikan dalam berbagai bentuk atau wahana seperti tempat, waktu, atau sifat.

4. Tidak Tahan Lama

Jasa diklasifikasikan tidak tahan lama artinya jasa tidak dapat disimpan begitu jasa dibeli maka akan segera dikonsumsi.

Agar produk yang dibuat laku di pasaran, maka penciptaan produk haruslah memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih

¹⁹Ibid., hal. 136

baik dibandingkan dengan pesaing atau sering disebut produk plus. Bagi dunia perbankan produk plus harus selalu diciptakan setiap waktu, sehingga dapat menarik minat calon nasabah yang baru atau dapat mempertahankan nasabah yang sudah ada sekarang ini.

Ada banyak keuntungan atau manfaat yang dapat dipetik dengan adanya produk plus, misalnya:

1. Untuk meningkatkan penjualan. Dalam hal ini produk yang memiliki nilai lebih akan menjadi pembicaraan dari mulut ke mulut antar nasabah. Setiap kelebihan produk tersebut akan dibandingkan dengan produk pesaing, sehingga berpotensi untuk menarik nasabah lain atau akan memaksa nasabah lama untuk menambah konsumsi tersebut, misalnya untuk deposito nasabah menambah jumlah depositonya, atau keluarganya membuka tabungan baru di bank tersebut. Pada akhirnya akan meningkatkan penjualan.²⁰
2. Menimbulkan rasa bangga bagi nasabahnya. Hal ini disebabkan produk yang dijual memiliki keunggulan dibandingkan produk pesaing, misalnya dalam hal fasilitas tabungan yang diberikan dengan multifungsi. Artinya, apa yang dapat diberikan bank kita belum dapat dipenuhi pesaing.
3. Menimbulkan kepercayaan. Dalam hal ini akan memberikan keyakinan kepada nasabah akan kesenangannya dari fasilitas yang diberikan, sehingga nasabah semakin percaya kepada produk yang dibelinya.

²⁰Ibid., hal. 137.

4. Menimbulkan kepuasan. Pada akhirnya nasabah akan mendapatkan kepuasan dari jasa yang dijual sehingga kecil kemungkinan untuk pindah ke produk lain, bahkan kemungkinan akan menambah konsumsinya.

Dalam menciptakan produk plus tidaklah mudah, produk plus yang diciptakan haruslah memiliki keunggulan dan kelebihan jika dibandingkan dengan produk pesaing. Untuk menciptakan produk plus maka diperlukan kondisi – kondisi yang satu sama lainnya saling mendukung. Kondisi-kondisi untuk menciptakan produk plus tersebut sangat tergantung dari:

1. Pelayanan yang prima, karena produk bank sangat tergantung dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank, maka kualitas pelayanan sangat menentukan keunggulan produk tersebut. Di samping karyawan juga harus di dukung oleh sistem dan prosedur yang efisien dan efektif melalui penyediaan sarana dan prasarana yang dimilikinya.
2. Pegawai yang profesional, para karyawan bank mulai dari yang paling rendah sampai karyawan atas perlu diberikan pendidikan dan latihan dalam melayani nasabah maupun dalam memperlancar proses transaksi dengan nasabah.
3. Sarana dan prasarana yang dimiliki haruslah dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, sehingga nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.
4. Lokasi dan *Layout* gedung serta ruangan. Lokasi bank yang diinginkan adalah lokasi yang mudah dijangkau serta *layout* yang dapat memberikan kenyamanan dan keamanan bagi nasabahnya.

5. Nama baik bank yang ditunjukkan dari citra dan prestasi bank ikut mengangkat produk yang dihasilkan, demikian pula sebaliknya.²¹

3. Pengertian Strategi Produk

Sedangkan pengertian strategi produk adalah strategi yang diarahkan untuk dapat memodifikasi produk yang sudah ada menjadi lebih menarik atau menciptakan produk baru. Strategi produk biasanya dimulai dari penciptaan logo dan moto yang dibuat semenarik mungkin, disertai dengan penciptaan merek terhadap produk yang ditawarkan. Kotler seperti yang dikutip dalam Kasmir mendefinisikan produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Produk yang diinginkan pelanggan, baik berwujud maupun yang tidak berwujud adalah produk yang berkualitas tinggi. Dikaitkan dengan lembaga keuangan, hal ini mengandung pengertian bahwa produk yang ditawarkan oleh BMT kepada nasabahnya harus memiliki nilai yang lebih baik atau unggul dibandingkan dengan produk bank pesaing. Produk berkualitas tinggi ini sering disebut dengan produk plus.²²

Setiap produk yang diluncurkan ke pasar tidak selalu mendapat respon yang positif. Bahkan cenderung mengalami kegagalan jauh lebih besar dibandingkan keberhasilannya. Untuk mengantisipasi agar produk yang diluncurkan berhasil sesuai dengan tujuan yang diharapkan maka peluncuran

²¹Ibid., h. 139

²²Pusat Tesis, *Strategi Produk pada Bank Syariah*, diakses pada (<http://www.pusattesis.com/strategi-produk/>)

produk diperlukan strategi-strategi tertentu. Khusus dengan yang berkaitan dengan produk, strategi ini dikenal dengan nama strategi produk.

Dalam dunia perbankan strategi produk yang dilakukan adalah mengembangkan suatu produk adalah sebagai berikut:

1. Penentuan Logo dan Moto

Merupakan ciri khas suatu bank sedangkan moto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan misi dan visi bank dalam melayani masyarakat. Ada istilah baru melihat logonya saja orang sudah mengenal bank tersebut. Atau dengan membaca moto saja sudah banyak orang mengenalnya. Logo dan moto juga sering disebut sebagai ciri produk. Baik logo maupun moto harus dirancang dengan benar. Pertimbangan pembuatan logo dan moto adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki arti (dalam arti positif)
- b. Menarik perhatian
- c. Mudah diingat²³

2. Menciptakan Merek

Karena jasa memiliki beraneka ragam, maka setiap jasa harus memiliki nama. Tujuannya agar mudah dikenal dan diingat pembeli. Nama ini kita kenal dengan nama merek. Untuk berbagai jenis jasa bank yang ada perlu diberikan merek tertentu. Merek merupakan sesuatu untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan. Pengertian merek sering diartikan

²³Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hal., 140

sebagai nama, istilah, simbol, desain, atau kombinasi dari semuanya.

Penciptaan merek harus mempertimbangkan faktor-faktor, antara lain:

- a. Mudah diingat
- b. Terkesan hebat dan modern
- c. Memiliki arti (dalam arti positif)
- d. Menarik perhatian

3. Menciptakan Kemasan

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Dalam dunia perbankan kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah di samping juga sebagai pembungkus untuk beberapa jenis jasanya. Seperti buku tabungan, cek, bilyet giro, atau kartu kredit.

4. Keputusan Label

Label merupakan sesuatu yang dilengketkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian kemasan. Di dalam label dijelaskan siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, cara menggunakannya, waktu kedaluwarsa, komposisi isi, dan informasi lainnya.

Perlu diingat bahwa masing-masing produk memiliki daur hidup produk (*product life circle*). Oleh karena itu, pihak bank perlu mengembangkan produk baru. Strategi pengembangan produk baru penting mengingat tidak selamanya produk yang kita tawarkan laku di pasar.

Tiap perusahaan harus meneruskan pengembangan produk baru. Produk pengganti harus diciptakan untuk mempertahankan atau memebangun

penjualan. Selain itu, pelanggan menginginkan produk baru dan pesaing akan berusaha keras memenuhinya.²⁴

Untuk mengembangkan suatu produk baru maka diperlukan langkah-langkah yang harus dilalui, hal ini bertujuan agar produk baru yang diluncurkan nanti benar-benar tepat sasaran.²⁵

B. Produk-Produk pada BMT

Produk-produk yang ada di BMT juga memiliki banyak variasi seperti halnya yang ada pada perbankan syariah. Pada dasarnya produk yang dipasarkan memiliki persamaan namun yang membedakan adalah dalam hal pengelolaannya. Setiap lembaga memiliki cara tersendiri dalam mengelola produk agar produk tersebut diminati oleh nasabahnya. Produk yang ada di lembaga keuangan pada dasarnya yaitu produk tabungan dan produk pembiayaan. Pembahasan mengenai produk tabungan dan juga produk pembiayaan tersebut akan dibahas secara mendetail pada pembahasan dibawah ini:

1. Produk Tabungan

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan atas undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan, yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak ditarik dengan cek, bilyet, giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 angka 21 yang mengatur perbankan syariah memberikan rumusan pengertian tabungan, yaitu:

²⁴Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Prenhallindo, 1997), hal. 273

²⁵Ibid., hal.,141-143

“Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadiah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Sedangkan Dewan Syariah Nasional mengatur tabungan syariah dalam Fatwa Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000, yaitu: “Produk tabungan yang dibenarkan atau diperbolehkan secara syariah adalah tabungan yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadiah*, sehingga kita mengenal tabungan *mudharabah* dan tabungan *wadiah*:

a) Tabungan *Mudharabah*

Tabungan *mudharabah* adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah*. *Mudharabah* mempunyai dua bentuk, yakni *mudharabah mutlaqoh* dan *mudharabah muqayyadah*. Bank syariah bertindak sebagai *mudharib* dan nasabah sebagai *shahibul mal*. Bank syariah dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, mempunyai kuasa untuk melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip Syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad *mudharabah* dengan pihak lain. Bank syariah juga memiliki sifat sebagai seorang wali amanah, yang berarti bank harus berhati – hati atau bijaksana serta beritikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya. Sedangkan keuntungan

dari investasi terhadap dana nasabah dengan nisbah bagi hasil yang ditentukan.²⁶

Dalam mengelola dana tersebut, bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan kelalaiannya. Namun apabila yang terjadi adalah *miss management*, bank bertanggung jawab penuh terhadap kerugian tersebut. Aplikasi *mudharabah* dalam lembaga keuangan syariah diwujudkan dalam bentuk (a) *Tabungan Berjangka*, Tabungan *mudharabah* ini disebut juga dengan deposito biasa. Tabungan ini dimaksudkan untuk tujuan-tujuan khusus, seperti tabungan haji, tabungan qurban dan tabungan lainnya. (b) *Tabungan Khusus*. Disebut juga dengan *special investment*. Tabungan ini secara khusus akan disalurkan untuk bisnis atau proyek tertentu, misalnya *murabahah* atau *ijarah*.²⁷

Dalam sebuah buku dijelaskan bahwa jenis *mudharabah* juga termasuk dalam jenis investasi. Investasi tersebut ada dua macam yaitu:

1. Investasi biasa (Al-Mudharabah Mutlaqah)
2. Investasi khusus (Al-Mudharabah Muqayyadah *on Balance Sheet* dan Al-Mudharabah Muqayyadah *off Balance Sheet*).²⁸

b) Tabungan Wadiah

Tabungan wadiah adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan (*savings account*)

²⁶Ingrid Tan, *Bisnis dan Investasi Sistem Syariah, Perbandingan dengan Sistem Konvensional*, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009), hal. 81

²⁷Muhammad, *Konstruksi Mudharabah dalam Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2005) hal., 92

²⁸Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah (Deskripsi dan Ilustrasi)*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hal., 59-60

untuk keamanan dan kemudahan pemakainya. Wadiah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya.²⁹ Bank syariah menggunakan akad wadiah yadh adh dhamanah. Nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, sedangkan Bank Syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana atau barang tersebut. Bank bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya kapan saja pemilik menghendakinya. Bank juga berhak sepenuhnya atas keuntungan dari hasil penggunaan atau pemanfaatan dana atau barang tersebut.

Wadiah yadh adh dhamanah ini mempunyai implikasi hukum yang sama dengan qardh, maka nasabah menitipkan dan bank tidak boleh saling menjanjikan untuk menghasilkan keuntungan harta tersebut. Bank diperkenankan memberikan bonus kepada pemilik harta titipan selama tidak disyaratkan di muka. Kebijakan bank syariah semata yang bersifat sukarela. Adapun ketentuan umum tabungan wadiah adalah (a) Tabungan wadiah merupakan tabungan yang bersifat titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat (on call) sesuai dengan keinginan pemilik harta. (b) Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana atau pemanfaatan barang menjadi hak milik atau tanggungan Bank. Sedangkan nasabah penitip tidak

²⁹Bank Indonesia, *Aqad dan Produk Bank Syariah: Konsep dan praktik di Beberapa Negara*, (Jakarta: Ascarya, 2006), hal., 114

dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian. (c) Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik harta sebagai intensif selama tidak diperjanjikan dalam akad pembukaan rekening.

c) Mekanisme Penentuan Bagi Hasil dalam *Funding*

Dana yang telah dikumpulkan oleh lembaga keuangan syariah dari titipan dana pihak ketiga atau titipan lainnya perlu dikelola dengan harapan dana tersebut dapat mendatangkan keuntungan, baik untuk nasabah ataupun untuk bank. Keuntungan tersebut mempunyai arti tersendiri bagi system lembaga keuangan syariah dan kadang-kadang menjadi masalah yang menghantui operasionalisasinya. Sebab keuntungan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah sangat spekulatif dan cenderung fluktuatif mengingat sistem yang dikembangkan adalah sistem *mudharabah*, dimana bagi hasil diterapkan jika ada keuntungan dalam usaha. Oleh karena itu prinsip utama yang selalu memotivasi lembaga keuangan syariah dalam kaitannya manajemen dana tersebut adalah lembaga keuangan syariah harus mampu memberikan bagi hasil kepada penyimpan dana minimal sama dengan atau lebih besar dari suku bunga yang berlaku di bank konvensional.

Masalah keuntungan bagi hasil ini menjadi semacam pertaruhan *hidup-matinya* lembaga keuangan syariah karena sebagai perbankan alternatif yang menawarkan solusi keadilan ekonomi dengan melegitimasi kepada al-Quran dan Hadits harus lebih baik daripada bank-bank yang ada.³⁰ masyarakat sebagai pengguna produk dan jasa lembaga keuangan syariah akan menilai

³⁰Muhammad, *Konstruksi Mudharabah...*, hal., 94-95

langsung terhadap pertaruhan tersebut. Betapapun bagusnya sistem dan mekanisme yang diterapkan bank, hal ini tidak akan meningkatkan kredibilitas bank di mata masyarakat manakala keuntungan yang diperoleh masyarakat itu kecil. Oleh karena itu mau tidak mau bank harus bekerja keras untuk mencapai target dengan meningkatkan profit yang harus diterima masyarakat modern ini.³¹

2. Produk Pembiayaan

Sebuah lembaga keuangan produk yang paling ditekankan yaitu pada produk tabungan dan produk pembiayaan. Macam-macam produk pembiayaan disetiap lembaga memiliki perbedaan dari segi pengelolaannya. Tetapi pada prinsipnya produk disetiap lembaga yaitu sama, sesuai dengan prinsip syariah.

Pembiayaan menurut para ahli memiliki arti yang bermacam-macam, tetapi pada dasarnya teori dengan praktiknya tidak sesuai dengan yang ada dilapangan. Sedangkan dalam praktiknya pembiayaan adalah:

- a. Penyerahan nilai ekonomi sekarang atas kepercayaan dengan harapan mendapatkan kembali suatu nilai ekonomi yang sama dikemudian hari.
- b. Suatu tindakan atas dasar perjanjian yang dalam perjanjian tersebut terdapat jasa dan balas jasa yang keduanya dipisahkan oleh unsur waktu.
- c. Pembiayaan adalah suatu hak, dengan hak mana seorang dapat mempergunakannya untuk tujuan tertentu dalam batas waktu tertentu dan atas pertimbangan tertentu pula.³²

³¹Ibid., hal., 94-95

³²Veithzal Rivai, *Islamic Financial Management: Teori, Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2008), hal., 4

Dalam pembahasan ini penulis hanya membahas produk pembiayaan sesuai dengan tema di atas. Produk pembiayaan tersebut meliputi produk pembiayaan mudharabah dan produk pembiayaan murabahah. Pembahasan mengenai kedua produk tersebut akan dibahas secara mendalam pada pembahasan berikut ini.

a) Pembiayaan Mudharabah

Dibawah ini adalah beberapa pengertian mudharabah dari beberapa sumber yang digunakan sebagai acuan, yaitu:

Mudharabah berasal dari kata dharb, berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha dan secara teknis, mudharabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak. Dimana pihak pertama (shohibul maal) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak kedua menjadi pengelola. Keuntungan usaha dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat dari kelalaian si pengelola. Jika kerugian akibat dari kelalaian pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

Mudharabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (pemilik dana) menyediakan seluruh dana, sedangkan pihak kedua (pengelola dana) bertindak selaku pengelola, dan keuntungan usaha dibagi di antara mereka sesuai kesepakatan sedangkan kerugian finansial hanya ditanggung oleh pengelola dana.

Mudharabah yaitu akad kerjasama suatu usaha antara dua pihak di mana pihak pertama (malik, shahib al-mal, LKS) menyediakan seluruh modal, sedang pihak kedua (amil, mudharib, nasabah) bertindak selaku pengelola, dan keuntungan usaha dibagi di antara mereka sesuai kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak.

Sedangkan pembiayaan dengan akad mudharabah adalah akad kerja-sama usaha antara bank sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) dengan nasabah sebagai pengusaha atau pengelola dana (*mudharib*), untuk melakukan kegiatan usaha dengan nisbah pembagian hasil (keuntungan atau kerugian) menurut kesepakatan di muka.

Pencatatan jurnal yang berkaitan dengan transaksi *mudharabah* diatur dalam PSAK 59 paragraf 6 sampai dengan 34 dan PAPSII halaman III.51 sampai III. 57. PSAK 59 memberikan penjelasan atas model dan karakteristik prinsip *mudharabah*. *Mudharabah* adalah akad kerja sama usaha antara *shahibul maal* dan *mudharib* dengan nisbah bagi hasil sesuai kesepakatan di muka. Jika usaha mengalami kerugian, maka seluruh kerugian ditanggung oleh pemilik dana, kecuali jika ditemukan adanya kelalaian atau kesalahan oleh pengguna dana, seperti penyelewengan, kecurangan dan penyalahgunaan dana. Bank dapat bertindak sebagai pemilik dana maupun pengelola dana.³³

b) Jenis Mudharabah

Secara umum mudharabah terdiri dari dua jenis, yaitu:

³³Ali Mauludi, *Memahami Akuntansi Perbankan Syariah*,(Jakarta: Alim's Publishing, 2012), hal., 81.

1. Mudharabah muthlaqah

Adalah mudharabah dimana pemilik dana memberikan kebebasan kepada pengelola dana dalam pengelolaan investasinya.

2. Mudharabah muqayyadah

Adalah mudharabah dimana pemilik dana memberikan batasan kepada pengelola dana, antara lain mengenai tempat, cara dan atau obyek investasi.³⁴

Seiring dengan perkembangannya, ada satu jenis mudharabah lagi yaitu “Mudharabah Musytarakah”. Mudharabah musytarakah adalah bentuk mudharabah dimana pengelola dana menyertakan modal atau dananya dalam kerjasama investasi.

c) Mekanisme Pembiayaan

Pada sisi pembiayaan, akad mudharabah biasanya diterapkan pada dua hal, yaitu:

- 1) Pembiayaan modal kerja, seperti modal kerja perdagangan dan jasa.
- 2) Investasi khusus, yang disebut juga mudharabah muqayyadah, dimana sumber dana khusus dengan penyaluran yang khusus dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh shahibul maal.

Dalam hal ini pihak bank melakukan kontrak kerjasama mudharabah dengan nasabah dimana pihak bank menjadi shahibul maal yang menyediakan seluruh modal dan nasabah sebagai mudharib yang memiliki keahlian di bidang usaha tertentu.

³⁴Muhammad Syafi’I Antonio, *Bank Syariah...*, hal., 97

Sebagai contoh pembiayaan mudharabah sebagai modal kerja untuk usaha warung bakso. Dalam hal ini mudharib melaksanakan kegiatan usaha yang menghasilkan perolehan yang dibagikan berdasarkan nisbah yang disepakati, misalkan 60:40 (nasabah:bank). Ketika usaha memperoleh keuntungan, maka hasil dibagikan berdasarkan nisbah yang telah disepakati ketika kontrak disepakati. Namun jika usaha mengalami kerugian, maka shahibul maal atau bank akan menanggung seluruh kerugiannya selama kerugian disebabkan oleh resiko bisnis dan *force majeure*. Jika kerugian tersebut akibat dari kelalaian nasabah, maka nasabah atau mudhariblah yang akan menanggung seluruh kerugian yang dialami.

Sedangkan pokok modal usaha mudharabah dikembalikan ketika kontrak berakhir dan dibayarkan langsung dan tidak boleh dilakukan secara cicilan atau angsuran karena sifatnya adalah pembiayaan modal kerja, bukan atas dasar investasi. Jika sifatnya adalah pembiayaan investasi, maka pokok boleh dikembalikan secara angsuran. Sementara itu model pembagian keuntungan berbasis profit sharing berdasarkan PSAK no. 105 tentang mudharabah, dimana hasil yang akan dibagikan dikurangkan terlebih dahulu dengan biaya-biaya dan beban selama kegiatan usaha dilaksanakan.³⁵

d) Pembiayaan Murabahah

Akad murabahah yaitu akad jual beli antara bank dengan nasabah, bank memberi barang yang diperlukan nasabah yang bersangkutan sebesar harga pokok

³⁵Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta, Kencana, 2011), hal., 35

ditambah dengan keuntungan yang disepakati.³⁶ *Murabahah* adalah transaksi dengan prinsip jual beli. Transaksi dengan prinsip *murabahah* berarti terjadi jual beli barang antara pihak penjual dan pihak pembeli dengan harga di atas harga pokok (harga pokok ditambah keuntungan) yang disepakati oleh pihak penjual dan pihak pembeli. MUI dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) hal 311, menyatakan bahwa *murabahah* adalah menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.³⁷

Pembiayaan *murabahah* bank bertindak sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Barang diserahkan segera dan pembayarannya dilakukan secara tangguh.³⁸ Biaya yang termasuk dalam biaya bank antara lain *ekuivalen* harapan bagi hasil untuk deposit, *overhead cost* dan faktor resiko, Kedua belah pihak wajib menyepakati akad yang berisikan harga jual dan jangka waktu pembayaran dan Akad tidak dapat diubah selama masa berlakunya.

Hal-hal yang terkait pembiayaan *murabahah*:

1. Bangkrut dalam *murabahah*, jika nasabah telah dinyatakan pailit dan gagal menyelesaikan hutangnya, bank harus menunda tagihan hutang sampai ia menjadi sanggup kembali, atau berdasarkan kesepakatan.
2. *Murabahah* berdasarkan pesanan dapat bersifat mengikat atau tidak mengikat nasabah untuk membeli barang yang dipesannya. Dalam *murabahah* mengikat tidak dapat dibatalkan. Apabila aktiva *murabahah*

³⁶Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga-Lembaga Lain, Edisi 2*, (Jakarta, Salemba Empat, 2008), hal., 160

³⁷Ali Mauludi, *Memahami akuntansi...*, hal., 107

³⁸Muhammad, *Manajemen Bank...* hal., 94

yang telah dibeli bank dalam transaksi murabahah mengikat sebelum diserahkan kepada pembeli mengalami penurunan nilai maka penurunan nilai tersebut menjadi beban penjual.

3. Dalam murabahah juga diperkenankan adanya perbedaan dalam harga barang untuk cara pembayaran yang berbeda.
4. Bank dapat memberikan potongan (muqashah) apabila nasabah mempercepat pembayaran cicilan, atau melunasi piutang murabahah sebelum jatuh tempo.

Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara kedua belah pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.³⁹

e) Penghitungan Bagi Hasil dalam *Financing* (Pembiayaan)

Sesuai dengan fungsinya sebagai lembaga *intermediary* keuangan, lembaga keuangan syariah akan mendapatkan bagi hasil dari dana yang dipinjamkan kepada para debiturnya. Bagi hasil dari nasabah inilah yang nantinya akan dibagikan kepada para deposan. Dalam kaitannya dengan hal tersebut maka perlu adanya perhitungan yang cermat dan teliti agar masing-masing pihak baik debitur, deposan dan lembaga keuangan syariah sendiri dapat terpenuhi hak-hak perolehan keuntungan.

Dalam perhitungan bagi hasil pembiayaan ini, lembaga keuangan syariah menerapkan langkah-langkah, seperti membuat tabel perkiraan proyeksi pembayaran yang kemudian dibandingkan dengan realisasi atau aktualisasi dan

³⁹Ismail, *Perbankan Syari'ah...*, hal., 138-146

perhitungannya. Tabel ini digunakan untuk mencatat pembayaran yang dilakukan debitur dalam setiap bulannya. Dalam tabel tersebut terdapat kolom-kolom perincian mengenai proyeksi profit, setoran, angsuran, bagi hasil bank dan nasabah serta porsi nasabah. Setelah pendataan dari setiap pembayaran dilakukan maka pada mas akhir kontrak diadakan penghitungan.

Beberapa hal penting dalam perhitungan bagi hasil *mudharabah* adalah; dituntut adanya kejujuran dari nasabah dalam melaporkan hasil usahanya. Setelah laporan hasil usaha dari nasabah kemudian lembaga keuangan syariah memproyeksikan lebih dahulu sesuai kewajarannya, seperti dengan nisbah bagi hasil, proyeksi profit/ *margin* keuntungan lembaga keuangan syariah misalnya setara atau seukuran dengan prosentase pendapatan aktual yang efektif ataupun prosentase rata-rata dan lain-lain. Proyeksi inilah yang dijadikan ukuran atau dasar perhitungan untuk menghitung aktualisasi hasilnya.⁴⁰

C. Baitul Maal Wattamil (BMT)

1) Pengertian BMT

Baitul maal wattamil (BMT) terdiri dari dua istilah yaitu baitul maal dan baitut tamwil. Baitul mal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non-profit, seperti: zakat, infaq dan shodaqoh. Sedangkan baitut tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah.

⁴⁰Muhammad, *Bank Syariah...*, hal., 99-100

Secara kelembagaan BMT didampingi atau didukung Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK). PINBUK sebagai lembaga primer karena mengemban misi yang lebih luas, yakni menetaskan usaha kecil. Dalam prakteknya, PINBUK menetaskan BMT, dan pada gilirannya BMT menetaskan usaha kecil. Keberadaan BMT itu berada, dengan jalan ini BMT mampu mengkomodir kepentingan ekonomi masyarakat.

Peran umum BMT yang dilakukan adalah melakukan pembinaan dan pendanaan yang berdasarkan sistem syariah. Peran ini menegaskan arti penting prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan ekonomi masyarakat.⁴¹ Sebagai lembaga keuangan syariah yang bersentuhan langsung dengan kehidupan masyarakat kecil yang serba cukup ilmu pengetahuan ataupun materi maka BMT mempunyai tugas penting dalam mengemban misi keislaman dalam segala aspek kehidupan masyarakat.

2) Sejarah Berdirinya BMT

Setelah berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) timbul peluang untuk mendirikan bank-bank yang berprinsip syariah. Operasionalisasi BMI kurang menjangkau usaha masyarakat kecil dan menengah, maka muncul usaha untuk mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro, seperti BPR syariah dan BMT yang bertujuan untuk mengatasi hambatan operasionalisasi di daerah.

Di samping itu di tengah-tengah kehidupan masyarakat yang hidup serba berkecukupan muncul kekhawatiran akan timbulnya pengikisan akidah. Pengikisan akidah ini bukan hanya dipengaruhi dari aspek syiar Islam tetapi juga

⁴¹Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan...*, hal., 96

dipengaruhi oleh lemahnya ekonomi masyarakat. Sebagaimana diriwayatkan dari Rasulullah saw, “kefakiran itu mendekati kekufuran”. Maka keberadaan BMT diharapkan mampu mengatasi hambatan operasionalisasi di daerah.⁴²

Di lain pihak, beberapa masyarakat harus menghadapi rentenir atau lintah darat. Maraknya rentenir di tengah-tengah masyarakat mengakibatkan masyarakat semakin terjerumus pada masalah ekonomi yang tidak menentu. Besarnya pengaruh rentenir terhadap perekonomian masyarakat tidak lain karena tidak adanya unsur-unsur yang cukup *akomodatif* dalam menyelesaikan masalah yang masyarakat hadapi. Oleh karena itu, BMT diharapkan mampu berperan lebih aktif dalam memperbaiki kondisi ini.

Dengan keadaan tersebut keberadaan BMT setidaknya mempunyai beberapa peran:

- a. Menjauhkan masyarakat dari praktek ekonomi non-syariah. Aktif melakukan sosialisasi di tengah masyarakat tentang arti penting sistem ekonomi Islam. Hal ini bisa dilakukan dengan pelatihan-pelatihan mengenai cara-cara bertransaksi yang Islami, misalnya supaya ada bukti dalam transaksi, dilarang curang dalam menimbang barang, jujur terhadap konsumen dan sebagainya.
- b. Melakukan pembinaan dan pendanaan usaha kecil. BMT harus bersikap aktif menjalankan fungsi sebagai lembaga keuangan mikro, misalnya dengan jalan pendampingan, pembinaan, penyuluhan dan pengawasan terhadap usaha-usaha nasabah atau masyarakat umum.

⁴²Ibid., hal., 97

- c. Melepaskan ketergantungan pada rentenir, masyarakat yang masih tergantung rentenir disebabkan rentenir mampu memenuhi keinginan masyarakat dalam memenuhi dana dengan segera. Maka BMT harus mampu melayani masyarakat lebih baik, misalnya selalu tersedianya dana setiap saat, berkreasi yang sederhana dan lain sebagainya.⁴³
- d. Menjaga keadilan ekonomi masyarakat dengan distribusi yang merata. Fungsi BMT langsung berhadapan dengan masyarakat yang kompleks dituntut harus pandai bersikap oleh karena itu langkah-langkah untuk melakukan evaluasi dalam rangka pemetaan skala prioritas yang harus diperhatikan, misalnya dalam masalah pembiayaan, BMT harus memperhatikan kelayakan nasabah dalam hal golongan nasabah dan jenis pembiayaan.

3) Fungsi BMT

Fungsi yang dilakukan oleh BMT, antara lain:

- a. Fungsi *wilmasnabi*, yaitu fungsi baituttamwil dalam pemasaran mencari dan menganalisa proyek pembiayaan pengusaha kecil.
- b. Fungsi *siwilmasadi*, yaitu fungsi BMT dalam pemasaran mengadministrasikan.
- c. Fungsi *wilopdana*, yaitu fungsi menerima dan mengendalikan dana.
- d. Fungsi *wiloptan*, membukukan secara cermat.
- e. Fungsi *wilopnasbah*, mencari nasabah.
- f. Fungsi *maldana*, mencari dan memasukkan dana titipan ZIS.

⁴³Ibid., hal., 98

- g. Fungsi *malkutan*, proses akuntansi pemanfaatan dana ZIS.
- h. Fungsi *baitkor*, kepemimpinan, koordinasi dan pengawasan internal.
- i. Fungsi *baitbaga*, pengembangan kelembagaan.⁴⁴

⁴⁴ Pinbuk, *Modul Pelatihan Calon Pengelola Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Baitul Maal wat Tamwil (BMT)*, 2010, hal., 32

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian ini yaitu kualitatif, penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang partisipan. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.⁴⁵

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk meneliti kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, pergerakan-pergerakan sosial, atau hubungan kekerabatan.⁴⁶

Pendekatan penelitian yang saya gunakan dalam penulisan ini yaitu kualitatif fenomenologi, Penelitian ini akan berdiskusi tentang suatu objek kajian dengan memahami inti pengalaman dari suatu fenomena. Penelitian kualitatif fenomenologi yaitu peneliti terlibat secara langsung di dalam penelitiannya, peneliti berpartisipasi selama beberapa lama dalam kehidupan sehari-hari

⁴⁵Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung:PT. Remaja Rosdakarya, 2012), hal., 6

⁴⁶Hotman M. siahaan, *Metode penelitian kualitatif persepektif mikro*, (Surabaya: Insan Cendekia, 2002), hal., 1

kelompok sosial yang diteliti⁴⁷ atau kegiatan penelitian yang dilakukan di lingkungan masyarakat tertentu baik dilembaga-lembaga, organisasi masyarakat (sosial) maupun lembaga pemerintah.⁴⁸ Dengan begitu, sumber data dapat diartikan sebagai fakta atau informasi yang diperoleh dari aktivitas suatu lembaga dan tempat yang menjadi subjek penelitiannya yang dilakukan adalah BMT Harum Tulungagung.

B. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian yaitu di BMT Harum Tulungagung. Yang terletak di JL.Letjend Soeprato, 85 Tulungagung. Yang mana BMT ini adalah BMT yang pertama kali berdiri atau bisa dikatakan sebagai pelopor berdirinya BMT yang ada di wilayah Tulungagung. Dengan letak berdirinya yang berada dalam tengah perkotaan maka sangat strategis dalam jangkauan masyarakat.

C. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Dalam memperoleh informasi, peneliti menggunakan sumber data primer.

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam hal ini, sumber data primer Penulis ialah data langsung yang berasal dari hasil wawancara mendalam (*indepth interview*). Data jenis ini akan diperlakukan sebagai sumber primer yang mendasari hasil penelitian ini. Informan kunci pada penelitian ini ada 2, yaitu;

⁴⁷Dolet Unaradjan, *Pengantar Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2000), hal., 13

⁴⁸Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, Cet. Ke-11, 1998), hal., 25

- 1) Manajer BMT Harum Tulungagung
- 2) Karyawan atau pegawai BMT Harum Tulungagung.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sebagai suatu metode yang independen terhadap metode analisis data atau bahkan menjadi alat utama metode dan teknik analisis data. Untuk mendukung penulisan skripsi ini, ada beberapa teknik pengumpulan data yang Penulis gunakan, yakni :

a. Wawancara mendalam (indept interview)

Wawancara atau interview merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Wawancara mendalam dikembangkan dalam tiga teknik, yaitu: 1) wawancara tidak berstruktur. 2) wawancara berstruktur. 3) wawancara sambil lalu⁴⁹. Wawancara yang digunakan biasanya digunakan untuk mendapatkan atau memperoleh informasi mendalam mengenai pemahaman serta respon bank syariah maupun nasabah. Wawancara ini akan dilakukan secara terarah dan intensif. Meskipun teknik wawancara digulirkan seperti "bola salju", namun substansi permasalahan tetap mengacu pada pedoman yang telah dirancang.

Dalam kaitannya dengan penelitian ini peneliti bertanya langsung kepada Pimpinan BMT Harum Tulungagung, Karyawan BMT Harum Tulungagung dan orang-orang yang dianggap mengetahui dan memahami terhadap permasalahan yang diteliti.

⁴⁹Agus eko Sujianto, *Materi Kuliah Metodologi Penelitian:pendekatan rancangan penelitian*, hal., 3

b. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan sebagainya.⁵⁰ Menurut Tanzeh dokumentasi adalah “mengumpulkan data dengan melihat atau mencatat suatu laporan yang sudah tersedia”.⁵¹ Sementara itu menurut sebuah buku lain menyatakan “Dalam melakukan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.”⁵²

Sesuai dengan pendapat tersebut, penulis menggunakan metode dokumentasi sebagai alat pengumpul data dari bahan-bahan tertulis yang terdiri dari dokumen-dokumen resmi, dan juga dokumentasi pribadi.

E. Teknik Analisa Data

Analisis data yang dimaksud adalah analisis untuk melakukan pengujian hipotesis dan menjawab rumusan masalah yang telah diajukan. Penggunaan metode *deskriptif analisis* berguna ketika peneliti menggambarkan (mendeskripsikan) data, sekaligus menerangkannya (mengeksplanasikannya) ke dalam pemikiran-pemikiran yang rasional. Sehingga tercapailah sebuah analisis data yang memiliki nilai empiris.⁵³

⁵⁰Suharsimi Arikunto, *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), hal., 231

⁵¹Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2006), hal., 31

⁵²Suharsimi Arikunto, *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), hal., 135

⁵³Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2003)

F. Pengecekan Keabsahan

Dalam analisis data Penulis menggunakan analisis deskriptif, yaitu metodologi kualitatif. Prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian (seorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Penggunaan metode *deskriptif analisis* berguna ketika peneliti menggambarkan (mendeskripsikan) data, sekaligus menerangkannya (mengeksplanasikannya) ke dalam pemikiran-pemikiran yang rasional. Sehingga tercapailah sebuah analisis data yang memiliki nilai empiris.

Oleh karena itu, dibutuhkan beberapa cara untuk meningkatkan keabsahan data penelitian kualitatif, yaitu: *Kredibilitas*, *Transferabilitas* dan *konfirmetas*.⁵⁴

G. Tahap-tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian disini ada 4 yaitu:

1. **Menetapkan Fokus Penelitian**
2. **Menentukan Setting dan Subyek Penelitian**
3. **Pengumpulan Data, Pengolahan Data, dan Analisis Data**
4. **Penyajian Data**

H. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Almaratush Sholihah, 2011, tentang Strategi Pemasaran Syariah Produk Tabungan Wadi'ah dan Pembiayaan Murabahah dan Cara Mengatasi Kendalanya pada BMT NU Sejahtera Semarang.

⁵⁴LexyJ. Moleong, *Metode Penelitian kualitatif...*, hal., 37

Dalam penelitian ini di jelaskan mengenai strategi pemasaran produk tabungan wadiah dan juga dijelaskan mengenai prodak pembiayaan murabahah serta cara mengatasi kendalanya yang diterapkan pada BMT NU Sejahtera Semarang. Penelitian ini memakai metode kulitatif. Yang membedakan dengan skripsi ini yaitu mengenai strategi. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu strategi marketing bukan startegi produk. Sementara yang sama dengan skripsi ini yaitu sama-sama membahas mengenai produk tabungan ⁵⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Fera Agustina, 2008, tentang Strategi Pemasaran Produk Mudharabah pada BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam skripsi ini yaitu metode penelitian kualitatif. Yang membedakan dengan skripsi ini yaitu mengenai strategi pemasaran. Sementara persamaan dengan skripsi ini yaitu membahas mengenai produk mudharabah. Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran produk mudharabah untuk membantu kelancaran pada BMT tersebut, sehingga produk mudharabah tersebut diminati oleh nasbahnya. ⁵⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Kayisul Aroiyah, 2012, tentang Analisis Sistem Pembiayaan dan Tabungan Yang Dipraktekkan Pada Lembaga Keuangan Syariah Non Bank. Metode yang digunakan dalam penulisan ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini yang membedakan yaitu membahas mengenai

⁵⁵Almaratush Sholihah, *Strategi Pemasaran Syariah Produk Tabungan Wadi'ah dan Pembiayaan Murabahah dan Cara Mengatasi Kendalanya*. diakses pada (<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/4838/1/ANGGI%20SULAIMAN-FDK.PDF>)

⁵⁶Vera Agustina, *Strategi Pemasaran Produk Mudharabah*, diakses pada (<http://digilib.uinsuka.ac.id/1768/1/BAB%20I,%20BAB%20IV,%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>)

praktek dalam produk BMT. Produk pembiayaan yang saya bahas yaitu hanya mencangkup pembiayaan mudharabah dan murabahah. Sementara persamaan dengan penulisan ini yaitu membahas mengenai produk tabungan. Dalam penelitian ini berisi mengenai praktek dilapangan (BMT) tentang produk pembiayaan dan tabungan sudah sesuai atau belum dalam praktiknya.⁵⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Anggi Sulaiman, 2011, tentang Strategi pemasaran Produk tabungan wadi'ah yang dipraktekkan pada Bank Mega Syari'ah. Skripsi ini menggunakan metode penulisan kualitatif deskriptif. Yang membedakan dalam skripsi ini yaitu tentang strategi yang dibahas. Pembahasan strategi dalam penelitian ini yaitu mengenai strategi marketing, bukan strategi produk seperti apa yang saya bahas. Sementara persamaan dengan skripsi ini yaitu pembahasan mengenai produk tabungan. Produk tabungan dalam pembahasan ini mencangkup bagaimana cara memasarkannya. Hasil dari penelitian ini yaitu strategi marketing yang diterapkan di Bank Mega syari'ah sangat efektif terbukti dari jumlah nasabahnya yang terus mengalami peningkatan dari jumlah awalnya.⁵⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Lukman Khakim, 2012, Analisis Survei Pembiayan Murabahah yang dilakukan di BPRS Mitra Harmoni. Skripsi ini menggunakan metode penulisan deskriptif analisis. Yang membedakan dalam skripsi ini yaitu pembahasan yang hanya pada produk pembiayaan, beda dengan skripsi yang saya bahas yaitu tentang produk tabungan dan juga produk pembiayaan. Sementara yang sama dengan skripsi ini yaitu pembahasan mengenai

⁵⁷Kayisul Aroiyah, *Analisis Sistem Pembiayaan dan Tabungan Yang Dipraktekkan Pada Lembaga Keuanagn Syariah Non Bank*, diakses pada (<http://library.walisongo.ac.id/digilib/files/disk1/136/jtptiain--kayisularo-6774-1-kayisul-.pdf>)

⁵⁸Skripsi Anggi Sulaiman, *Startegi pemasaran Produk tabungan wadi'ah pada Bank Mega Syari'ah*, (Jakarta: 2001)

produk murabahah. Hasil dari penelitian ini yaitu pembiayaan yang dilakukan di BPRS Mitra Harmoni Semarang sudah sesuai dengan prinsip syariah. Pembiayaan yang dikelola juga menunjukkan hasil yang maksimal karena memiliki variasi cara pengelolannya.⁵⁹

⁵⁹Skripsi, Lukman Khakim, *Analisis Survey Pembiayaan Murabahah di BPRS Mitra Harmoni*, (Semarang: 2012)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Lembaga

1. Profil lembaga keuangan BMT Harum Tulungagung

Salah satu lembaga keuangan syariah yang berada di Tulungagung yaitu BMT Harum (Harapan Umat). BMT Harum Tulungagung ini telah berdiri kurang lebih *Dua Puluh* tahun lamanya. Letak dari BMT Harum ini sangatlah strategis karena berada di tengah kota dan mudah untuk dijangkau. BMT Harum berada di Jl. Letjend. Suprpto No. 85 Tulungagung. BMT Harum ini didirikan dikarenakan krisis ekonomi yang berkepanjangan dan belum ada solusinya hingga saat ini. Jumlah penduduk Indonesia yang beragama Muslim mencapai 85%, tetapi perekonomian kebanyakan dipegang dan dikendalikan oleh non muslim. Serta tidak hanya itu sebagian kaum muslim masih kurang atau belum sadar dengan adanya kewajiban membayar zakat, infaq, dan shodaqoh untuk membantu kaum dhuafa dan kegiatan sosial lainnya.

2. Sejarah BMT Harum Tulungagung

Setelah pencanangan gerakan BMT sebagai Lembaga Keuangan Mikro yang bergerak dalam pemberdayaan ekonomi mikro oleh mantan *Presiden* Soeharto pada tahun 1995, maka dengan serentak pengurus ICMI se-Indonesia merintis berdirinya BMT di daerahnya masing-masing termasuk di Tulungagung.

BMT Harum Tulungagung adalah salah satu BMT di Tulungagung yang berdirinya dirintis oleh ICMI Tulungagung yang sebagai ketua ICMI pada waktu itu adalah Bapak Laitupa Abdul Mutaub.

Banyak tokoh masyarakat di Tulungagung, para aghniya dan lain sebagainya yang pada waktu itu tidak setuju dengan BMT. Bapak Amin Tampa (beliau adalah Perintis dan Pendiri Yayasan Pendidikan Islam AL Azhar Tulungagung) yang pada waktu itu juga tidak merespon bahkan menolak mendirikan BMT.

Namun demikian masih banyak tokoh pilihan Allah SWT yang mau dan mendukung untuk berdirinya BMT sebagai Lembaga Keuangan Syari'ah yang berkonsen untuk pemberdayaan ekonomi bawah *gras root*. Sehingga pada waktu itu terkumpul 30 orang pendiri yang menyetorkan saham baik secara tunai maupun diangsur sebagai modal awal berdirinya BMT Harum Tulungagung.

Akhirnya pada tahun 1996, BMT Harum Tulungagung bisa dirintis bersama 30 orang pendiri dengan modal awal Rp. 3.500.000,- (tiga juta lima ratus ribu rupiah). Dengan modal sebesar itu BMT sekedar berdiri sampai beberapa tahun dikarenakan modal sangat terbatas dan belum ada kepercayaan dari masyarakat. Kantor untuk eksistensi kegiatan pada waktu itu dibantu oleh Beliau Bapak Rokhani Sukamto sampai beberapa tahun. Alhamdulillah pada tahun 2000 sudah mulai banyak yang percaya dengan BMT Harum dan bergabung baik yang ikut menambah modal maupun yang menyimpan dana.

Sehingga mulai saat itu BMT Harum bergerak lebih luas dalam pemberdayaan ekonomi Ummat terutama dalam meminimalisir Rentenir dan Bank Titil yang mencekik ekonomi Ummat. Pada tahun 2004 sudah mulai bisa menyewa kantor untuk kegiatan sehari-hari. Seiring dengan perjalanan waktu BMT Harum Tulungagung juga terus berkembang, lebih eksis dan pada saat ini sudah memiliki gedung sendiri yang berada di Jalan Letjend. Suprpto No. 25 Kelurahan Kepatihan Tulungagung.

3. Visi dan Misi

Visi dan Misi BMT Harum Tulungagung yaitu terwujudnya kualitas anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, sehingga mampu berperan sebagai wakil-wakil pengabdian Allah SWT untuk memakmurkan ummat manusia. Sedangkan misi BMT Harum membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian yang maju berlandaskan syariah dan ridho Allah SWT.

4. Produk - Produk Di BMT Harum Tulungagung

Produk-produk yang dimiliki oleh BMT Harum Tulungagung mempunyai beberapa variasi, namun pada intinya produk yang diminati adalah produk pembiayaan dan produk simpanan. Jenis-jenis produk yang dimiliki oleh BMT Harum Tulungagung diantaranya :

a) Kepemilikan Modal

Kesempatan mulia bagi masyarakat untuk ikut memiliki BMT dengan cara membeli saham. Selain akan mendapatkan SHU setiap tahun juga

mempunyai nilai tambah yaitu ikut serta dalam pemberdayaan umat karena dan ini akan digulirkan untuk pengembangan usaha mereka.

b) Produk-Produk Simpanan

1. Simpanan Mudharabah

Yaitu jenis simpanan yang jumlah setorannya tidak ditentukan dan dapat ditambah maupun diambil sewaktu-waktu sesuai kebutuhan. Jenis simpanan ini akan mendapatkan nisbah bagi hasil 40%.

2. Simpanan Berjangka

Jenis simpanan ini adalah jenis simpanan yang hanya bisa ditambah dan diambil setelah jatuh tempo waktu tertentu. Yaitu 1 bulan, 3 bulan, dan 12 bulan.

Nisbah bagi hasil produk simpanan berjangka :

- | | |
|--------------------------------|-------|
| 1. Simpanan berjangka 1 bulan | : 45% |
| 2. Simpanan berjangka 3 bulan | : 50% |
| 3. Simpanan berjangka 6 bulan | : 55% |
| 4. Simpanan berjangka 12 bulan | : 60% |

3. Tabungan Pendidikan

Jenis tabungan ini yaitu jenis tabungan yang keperluannya untuk digunakan dalam hal pendidikan, contohnya untuk keperluan pembayaran biaya sekolah dll.

4. Tabungan Idul Fitri

Jenis tabungan yang diberikan oleh BMT Harum Tulungagung salah satunya yaitu tabungan idul fitri. Jenis tabungan ini digunakan atau diperuntukkan untuk keperluan saat idul fitri.

5. Tabungan Qurban

Tabungan Qurban yang diberikan oleh BMT Harum Tulungagung sangatlah membantu bagi umat islam yang ingin berqurban pada saat Idul Adha, sehingga nasabah tidak keberatan bila mana ingin berqurban karena sudah memiliki simpanan untuk berqurban.

6. Tabungan Haji

Jenis tabungan ini sering kita jumpai di beberapa lembaga keuangan syariah terutama di bank-bank dengan prinsip syariah. Tabungan haji dimaksudkan untuk nasabah yang mempunyai keinginan untuk berangkat haji dikemudian hari.

7. Tabungan Walimah

Jenis tabungan ini mungkin masih asing menurut beberapa orang, karena jenis tabungan ini memang masih jarang sekali dijumpai di lembaga-lembaga keuangan syariah. Tabungan jenis ini diperuntukkan bagi nasabah yang akan mempunyai niat untuk berwisata dikemudian hari.

c) Produk-Produk Pembiayaan BMT Harum Tulungagung

1. Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan dengan pola bagi hasil, dimana modal keseluruhan

dari BMT dan nasabah mempunyai keahlian untuk melakukan usaha dengan keuntungan dibagi kedua belah pihak dengan nisbah sesuai dengan yang telah disepakati.

2. Pembiayaan Musyarakah (Syirkah)

Pembiayaan yang diberikan BMT kepada nasabah dengan pola bagi hasil dimana sebagian modal usaha saja yang dari BMT. Nasabah sudah punya modal tetapi untuk pengembangan modal mereka masih perlu tambahan modal. Keuntungan hasil usaha dibagi dengan nisbah yang telah disepakati.

3. Pembiayaan Murabahah (Jual Beli)

Pembiayaan dengan pola jual beli, dimana BMT sebagai penjual atau penyedia barang, sedangkan nasabah sebagai pembeli dengan cara pembayaran diangsur atau dibayarkan tunai dengan jangka waktu tertentu. Harga jual dan lamanya pembayaran berdasarkan kesepakatan kedua pihak.

d) Program Zakat, Infaq, Dan Shodaqoh (ZIS)

Disamping mengembangkan usaha profit, BMT juga mengembangkan usaha sosial yaitu mengelola zakat, infaq, dan shadaqoh dari para ambiya' untuk disalurkan kepada kaum dhuafa'.

Penggunaan dana ZIS selama ini adalah :

1. Bantuan beasiswa untuk anak kurang mampu.
2. Bantuan kepada fakir miskin.
3. Bantuan untuk pembangunan masjid.

4. Pembiayaan qordhul hasan (pinjaman sosial).

5. Jaringan Dengan Lembaga Lain

BMT Harum Tulungagung juga memiliki Jaringan cukup luas dengan lembaga keuangan syariah yang lain, yaitu :

- a. Bank Muamalat Indonesia (BMI)
- b. LPBD KUMKM
- c. Kantor Koperasi
- d. UKM Kab. Tulungagung

6. Struktur Organisasi di Bmt Harum

Penasehat : Dr. H. Laitupa AM, SpPD

Ir. H. Heru Tjahjono, MM

Pengurus

Ketua : Drs. H. Rokhani Sukamto

Sekretaris : H. Supangat

Bendahara : H. Djuwito

7. Struktur Pengurusan BMT Harum Tulungagung

Manajer : M. Baderi

Account Officer I : Sundiyah

Account Officer II : Zulianis Salamah

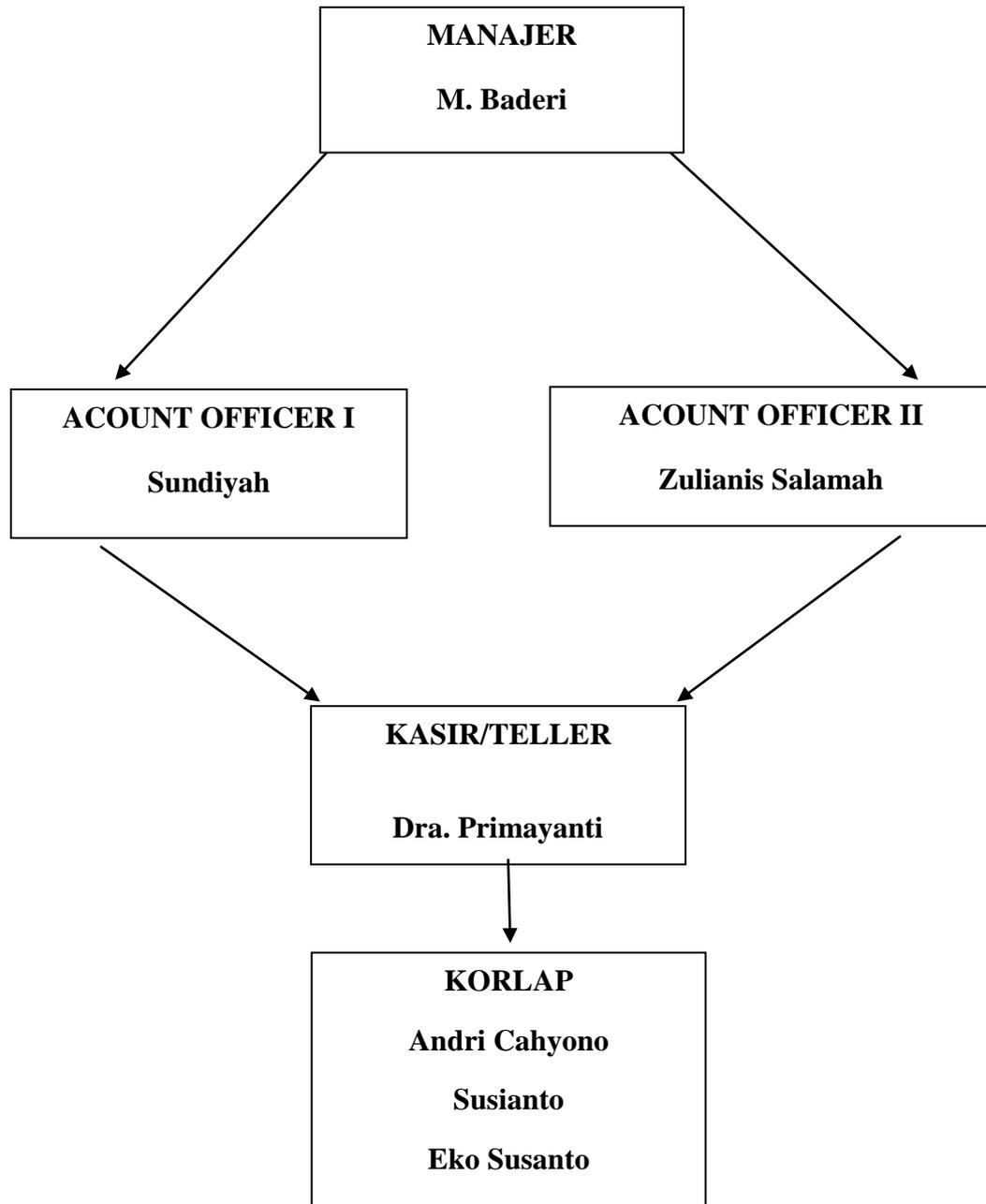
Kasir/Teller : Dra. Primayanti

Korlap : Andri Cahyono

Susianto

Eko Susanto

Struktur Organisasi BMT Harum Tulungagung



Sumber : Data BMT Harum Tulungagung dan diolah oleh peneliti

8. Daftar Pendiri BMT HARUM Tulungagung

1. Dr. H. Iaitupa AM, SpPD
2. Ir. Heru Tjahjono, MM
3. Hj. Fauziah
4. H. Qomtori Zein
5. Andri Cahyono
6. H. Supangat
7. Karmudji
8. Dll.

Rincian Rekening BMT Harum Tulungagung

KETERANGAN	JUMLAH REKENING	TOTAL
01 - Simpanan Biasa		
Sub Total	297	Rp 637.276.232,00
02 – Simpanan Berjangka		
Sub Total	55	Rp 479.500.000,00
03 – Pembiayaan		
Pembiayaan Mudharabah	4	Rp 2.700.000,00
Piutang Murabahah	16	Rp 21.054.500,00
Musyarakah	6	Rp 44.750.000,00
Piutang BBA	331	Rp 1.178.159.050,00
Sub total	357	Rp 1.246.663.050,00

Keterangan: Rincian Rekening Periode Januari 2007⁶⁰

⁶⁰Data BMT, *Rincian Rekening BMT Harum*, Tahun 2007

KETERANGAN	JUMLAH REKENING	TOTAL
01 - Simpanan Biasa		
Sub Total	897	Rp1.515.509.053.00
02 - Simpanan Berjangka		
Sub Total	115	Rp 1.489.570.000.00
03 – Pembiayaan		
Pembiayaan Mudharabah	4	Rp 2.200.000.00
Piutang Murabahah	309	Rp 58. 947.250.00
Musarakah	45	Rp 20.122.000.00
Piutang BBA	3.907	Rp 3.449.558.255.00
Sub total	4.265	Rp 3.530.827.505.00

Keterangan: Rincian Rekening Periode Januari 2010⁶¹

KETERANGAN	JUMLAH REKENING	TOTAL
01 - Simpanan Biasa		
Sub Total	1.314	Rp 2.251.617.719.00
02 - Simpanan Berjangka		
Sub Total	213	Rp 3.272.030.000.00
03 – Pembiayaan		
Pembiayaan Mudharabah	5	RP. 2.200.000.00
Piutang Murabahah	737	Rp 11.552.346.00
Musarakah	50	Rp 20.122.000.00
Piutang BBA	14.396	Rp 5.659.564.943.00
Sub total	15.188	Rp 5.693.439.289.00

Keterangan: Rincian Rekening Periode April 2015⁶²

⁶¹Data BMT, *Rincian Rekening BMT Harum*, Tahun 2010

⁶²Data BMT, *Rincian Rekening BMT Harum*, Tahun 2015

B. Pemaparan Data

Pemaparan data dalam penulisan skripsi ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menjelaskan permasalahan yang telah diteliti. Dalam hal ini penulis memaparkan suatu temuan yang hanya berkaitan dengan fokus penelitian agar tidak melebar kefokus pembahasan yang lain. Fokus penelitian yang ada di penulisan skripsi ini hanya membahas 2 poin yaitu:

1. Strategi Produk dalam Meningkatkan Pembiayaan Mudharabah

Penelitian di BMT Harum Tulungagung yang kami lakukan mendapatkan beberapa temuan yang berkaitan dengan implementasi strategi produk dalam meningkatkan pembiayaan mudharabah. Temuan tersebut mengenai data-data baik yang bersumber dari wawancara, pengamatan dan data dari BMT Harum Tulungagung. Temuan ini mengenai produk-produk yang ada di BMT Harum Tulungagung, ketentuan-ketentuan dalam tabungan, nisbah bagi hasil serta strategi yang diterapkan dalam produk tabungan.

Temuan penelitian ini disajikan oleh penulis sesuai dengan fokus penelitian yang sudah ada. Fokus penelitian membahas tentang strategi yang digunakan dalam memperlancar produk tabungan untuk meningkatkan pembiayaan mudharabah di BMT Harum Tulungagung.

Penerapan strategi dalam suatu lembaga memang sangat dibutuhkan dalam bersaing dengan lembaga lain. Strategi yang digunakan dalam BMT Harum Tulungagung yaitu strategi produk khususnya produk tabungan. Strategi produk

tersebut meliputi berbagai hal seperti yang telah diungkapkan oleh bapak Baderi selaku *Manajer* BMT Harum Tulungagung

BMT yang kami kelola ini mempunyai banyak variasi produk. Produk tersebut yang sering diminati oleh nasabah yaitu produk tabungan dan juga produk pembiayaan. Produk tabungan kami juga memiliki variasi yang bermacam-macam pula, agar nasabah tertarik dan bergabung di lembaga kami. Dari macam-macam jenis produk yang ada itu merupakan strategi yang kami gunakan. Semua jenis tabungan disini juga memiliki logo yang berbeda-beda sesuai dengan jenis tabungannya.⁶³

Dalam BMT produk yang mutlak ada yaitu seperti yang telah diungkapkan oleh manajer BMT Harum Tulungagung. Produk tersebut adalah produk tabungan dan produk pembiayaan. Namun disetiap BMT produk-produk tersebut yang membedakan dengan BMT lainnya yaitu cara pengelolaannya. Meski cara pengelolaan produk disetiap BMT berbeda-beda, cara tersebut harus sesuai dengan prinsip syariah. BMT Harum Tulungagung menerapkan variasi produk tabungan dengan berbagai macam dan logo yang digunakan tersebut memiliki makna tersendiri disetiap produk yang ada. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Baderi selaku *Manajer* BMT Harum Tulungagung

Setiap logo yang kami gunakan ini memiliki arti atau makna yang berbeda-beda, contohnya logo yang bergambarkan *berjabat tangan* antar seseorang, itu berarti sebuah kerjasama dengan kedua belah pihak yang bersangkutan maka logo tersebut berarti jenis tabungan mudharabah. Contoh lain pada logo yang bergambarkan dua buah *ketupat*. Ketupat identik pada hari raya yang berarti jenis tabungan tersebut yaitu tabungan idul fitri dan masih banyak lagi logo-logo yang kami terapkan antara lain logo tabungan pendidikan, tabungan qurban, tabungan haji dan logo tabungan walimah.⁶⁴

⁶³M. Baderi, *Wa* 20/03/2015. Wawancara pada tanggal 20 Maret 2015

⁶⁴M. Baderi, *Wa* 17/03/2015. Wawancara pada tanggal 17 Maret 2015

BMT Harum Tulungagung dalam mengolah produk tabungan sangat kreatif terbukti dari produk-produk tabungan yang dimiliki masih jarang kita jumpai di BMT lain meskipun sebagian produk tabungan tersebut juga ada di BMT lain. Pada dasarnya semua produk tabungan BMT Harum Tulungagung berprinsip mudharabah artinya dapat ditambah sewaktu-waktu dan juga dapat diambil sewaktu-waktu sesuai kebutuhan nasabahnya. Namun produk tabungan BMT Harum Tulungagung juga ada yang berjangka waktu tertentu, atau sering disebut tabungan berjangka seperti yang telah diungkapkan *manajer* BMT Harum Tulungagung

Produk tabungan pendidikan, tabungan haji, tabungan qurban, dan tabungan walimah kesemua produk tersebut merupakan tabungan mudharabah. Pemberian nama tersebut merupakan sebuah variasi dari lembaga agar lebih diminati oleh nasabah. Nama-nama produk tabungan tersebut digunakan agar nasabah dapat memilih sesuai dengan kebutuhan atau keinginan. Produk tabungan itu bisa diambil dan juga ditambah sewaktu-waktu, sedangkan tabungan berjangka itu tidak dapat ditambah atau diambil sewaktu-waktu sesuai dengan kesepakatan diawal.⁶⁵

Pelayanan yang diberikan oleh BMT Harum Tulungagung kepada nasabahnya memiliki perbedaan dengan BMT lain. Pelayanan yang diberikan pada saat berkunjung ke BMT Harum Tulungagung yaitu menyapa dengan ramah tamah, namun dari segi lain karyawan juga sudah mengenal akrab dengan para nasabahnya. Sifat kekeluargaan di BMT Harum Tulungagung sangat terasa pada saat nasabah berkunjung di BMT. Hal tersebut dijalankan sudah sejak dahulu sehingga komunikasi antara nasabah dengan pihak BMT terjaga dengan baik.

⁶⁵M. Baderi, *Wa* 20/03/2015. Wawancara pada tanggal 20 Maret 2015

Selain produk tabungan yang ada BMT Harum Tulungagung juga memiliki variasi produk pembiayaan. Produk tersebut antara lain pembiayaan mudharabah, pembiayaan murabahah, pembiayaan musyarakah dan pembiayaan qardhul hasan. Kesemua produk tersebut memiliki jumlah nasabah yang berbeda-beda. Produk pembiayaan yang sangat diminati oleh nasabah adalah pembiayaan murabahah. Sementara pembiayaan mudharabah masih sedikit nasabahnya dikarenakan tidak setiap nasabah dapat melakukan pembiayaan tersebut, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Baderi selaku Manajer BMT Harum Tulungagung

Produk pembiayaan yang kami miliki juga mempunyai variasi produk. Produk pembiayaan tersebut memiliki variasi sendiri sesuai yang dibutuhkan oleh nasabah. Jumlah nasabah pembiayaan juga berbeda-beda, terutama jumlah nasabah mudharabah itu memang lebih sedikit karena nasabah yang dibiayai harus sudah dapat dipercaya.⁶⁶

Pembiayaan mudharabah yang diberikan oleh BMT Harum Tulungagung memiliki kriteria tertentu sesuai yang telah ditetapkan oleh BMT. Sehingga BMT Harum Tulungagung sangat memperhatikan unsur kehati-hatian dalam memberikan pinjaman mudharabah kepada nasabahnya, karena pembiayaan ini memiliki resiko yang cukup tinggi dan hanya bersifat jangka pendek saja. Sedangkan pembagian bagi hasil dalam pembiayaan ini sesuai kesepakatan diawal atau sesuai dengan aqad di muka. Dalam pembiayaan ini BMT Harum melakukan mitra kerja dengan nasabahnya seperti yang diungkapkan oleh Bapak Baderi selaku Manajer BMT Harum Tulungagung

Pada pembiayaan mudharabah ini BMT berperan penuh atas modal kerja yang dibutuhkan oleh nasabah. Sehingga BMT menyediakan modal kemudian nasabah sebagai pelaku usaha. Sedangkan keuntungan sesuai dengan perjanjian diawal menurut kesepakatan antara kedua belah pihak.

⁶⁶M. Baderi, *Wa 29/05/2015*. Wawancara pada tanggal 29 Juni 2015

Bila ada kerugian akibat ketidak sengaja maka akan ditanggung bersama atau salah satu pihak sesuai dengan kesepakatan. Nasabah yang kami biayai ini benar-benar orang yang dapat dipercaya dan diajak untuk bekerja sama dengan BMT.⁶⁷

Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa pembiayaan mudharabah yang dilakukan oleh BMT Harum Tulungagung harus memang benar-benar nasabah yang dapat dipercaya. Pembagian atas keuntungan ditentukan dimuka sesuai dengan porsi masing-masing pihak yang telah sepakat. Sehingga pihak BMT tidak menarget nasabah untuk memberikan keuntungan yang tetap. Karena dalam menjalankan usaha tidak selalu berhasil terus-menerus terkadang juga terdapat halangan yang tidak diinginkan.

2. Strategi Produk dalam Meningkatkan Pembiayaan Murabahah

Penelitian di BMT Harum Tulungagung yang kami lakukan mendapatkan beberapa temuan yang berkaitan dengan implementasi strategi produk dalam meningkatkan pembiayaan murabahah. Temuan tersebut mengenai data-data baik yang bersumber dari wawancara, pengamatan dan data dari BMT Harum Tulungagung. Temuan ini mengenai produk-produk yang ada di BMT Harum Tulungagung, ketentuan-ketentuan dalam tabungan, nisbah bagi hasil serta strategi yang diterapkan dalam produk tabungan.

Temuan penelitian ini disajikan oleh penulis sesuai dengan fokus penelitian yang sudah ada. Fokus penelitian membahas tentang strategi yang digunakan dalam memperlancar produk tabungan untuk meningkatkan pembiayaan di BMT Harum Tulungagung.

⁶⁷M. Baderi, *Wa 29/05/2015*. Wawancara pada tanggal 29 Juni 2015

Produk tabungan merupakan suatu produk yang pasti ada disetiap lembaga keuangan, baik itu yang berbasis syariah maupun yang berbasis konvensional. Setiap lembaga keuangan memiliki produk tabungan yang hampir sama namun cara pengelolaannya yang berbeda. Produk yang dikelola oleh setiap lembaga keuangan tentu memiliki titik kelemahan dan juga memiliki keunggulan tersendiri dari setiap produk yang diciptakan.

Produk tabungan yang diciptakan oleh lembaga keuangan syariah bisa dikelola sesuai dengan lembaga itu sendiri namun harus tetap sesuai dengan prinsip syariah. Produk tabungan yang dimiliki oleh BMT Harum Tulungagung memiliki banyak variasi sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh nasabahnya. Dari variasi produk tersebut tentunya memiliki ketentuan sesuai dengan produknya, seperti yang telah diungkapkan oleh Ibu Primayanti selaku *Kasir/Teller* BMT Harum Tulungagung

Produk tabungan yang ada pada BMT kami mempunyai ketentuan-ketentuan yang berbeda pada setiap tabungan. Contohnya pada tabungan biasa dengan tabungan berjangka. Tabungan biasa jumlah minimal saldo awal yaitu hanya Rp. 50.000,00 sedangkan pada tabungan berjangka saldo minimal yaitu Rp. 1.000.000,00. Penarikan pada tabungan biasa dapat dilakukan sewaktu-waktu selama kantor buka, sementara penarikan maupun penambahan saldo pada tabungan berjangka tidak dapat dilakukan sewaktu-waktu sesuai dengan kesepakatan jangka waktu simpanan.⁶⁸

Produk-produk tabungan tersebut memiliki perbedaan sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan. Sehingga nasabah dapat memilih tabungan mana yang sesuai dengan kebutuhannya. Namun meskipun memiliki perbedaan dari segi nama produknya tetapi pada dasarnya prinsip yang digunakan yaitu tetap tabungan mudharabah artinya dapat ditabah dan diambil sewaktu-waktu.

⁶⁸Ibu Primayanti, wawancara *Teller BMT HarumTulungagung*, tgl 29 Juli 2015

Ketentuan yang diterapkan oleh BMT Harum Tulungagung tidak begitu rumit dalam hal tabungan sehingga nasabah dapat merasakan kenyamanan menyimpan uangnya di BMT Harum Tulungagung. Bagi calon nasabah yang ingin bergabung menyimpan uangnya di BMT tidak perlu khawatir atas syarat-syarat awal yang diberikan. Seperti yang telah diungkapkan oleh Ibu Primayanti selaku *Kasir/Teller* di BMT Harum Tulungagung ini

Nasabah yang ingin bergabung di BMT kami tidak perlu khawatir mas akan syarat-syarat yang rumit. BMT Harum Tulungagung tidak menggunakan syarat-syarat yang rumit, cukup dengan menyerahkan fotocopy identitas dan mengisi formulir untuk memilih tabungan mana yang akan dipilih. Produk tabungan yang kami ciptakan diperuntukkan bagi semua kalangan karena, setoran awalnya hanya Rp 50.000,00 dan setoran selanjutnya batas minimal Rp 5.000,00. Sehingga setoran tersebut bisa dicapai oleh semua pihak.⁶⁹

Nisbah bagi hasil simpanan biasa maupun simpanan berjangka setiap periode akan berbeda bila sudah dikalkulasikan jumlahnya. Jumlah tersebut dihitung sesuai keuntungan yang didapatkan oleh BMT kemudian baru di persentasekan dan memperoleh hasil akhirnya. Seperti yang dijelaskan oleh bapak Baderi, selaku *Manajer BMT Harum Tulungagung* pada saat wawancara

BMT Harum Tulungagung yang kami kelola ini mempunyai jenis simpanan yang bermacam-macam dan penentuan nisbahnya juga bermacam-macam sesuai dengan akad dan jangka waktu yang dipilih oleh nasabah kami. Misalnya simpanan Mudharabah dimana simpanan ini dapat ditambah maupun diambil sewaktu-waktu sesuai kebutuhan. Nisbah yang kami berikan pada simpanan ini adalah 40% berbeda dengan simpanan berjangka yang nisbahnya mencapai 60%. Penghitungan bagi hasilnya itu dilakukan setiap bulan, sehingga jumlahnya berbeda-beda sesuai keuntungan yang didapat pada satu bulan tersebut.⁷⁰

⁶⁹Ibu Primayanti, wawancara *Teller BMT HarumTulungagung*, tgl 23 Februari 2015

⁷⁰M. Baderi, *Wa 17/03/2015*. Wawancara pada tanggal 17 Maret 2015

Hal tersebut terjadi karena pendapatan BMT Harum Tulungagung setiap bulannya berbeda dan tidak dapat ditentukan berapa hasil akhirnya sebelum akhir bulan, tidak seperti di bank konvensional yang menentukan hasilnya dimuka karena bank konvensional memakai sistem bunga tidak dengan sistem bagi hasil.

Sedangkan pembiayaan yang diberikan oleh BMT Harum Tulungagung juga memiliki bermacam-macam jenisnya. Setiap produk pembiayaan yang diberikan kepada nasabahnya juga memiliki kriteria tersendiri. Dari segi produk pembiayaan, pembiayaan yang paling banyak nasabahnya dan paling diminati oleh nasabah yaitu terletak pada pembiayaan murabahah. Jenis pembiayaan murabahah yang ada di BMT Harum Tulungagung memiliki dua tipe, yaitu pembiayaan murabahah murni dan murabahah BBA. Yang membedakan pembiayaan murabahah murni dengan BBA yaitu hanya saja saat pembayarannya seperti yang diungkapkan oleh Ibu Primayanti selaku *Kasir/Teller* BMT Harum Tulungagung

Jumlah pembiayaan yang paling diminati yaitu pembiayaan murabahah. Pembiayaan ini banyak diminati oleh nasabah karena berhubungan dengan jual beli barang. Sementara yang membedakan dalam pembiayaan murabahah dengan BBA yaitu saat pelunasannya. Pembayaran pembiayaan pada saat jatuh tempo sesuai dengan perjanjian di awal, sedangkan pembiayaan BBA pembayarannya dilakukan setiap bulan. Jumlah nasabah pembiayaan ini sangat tinggi karena pihak kami juga lebih berani memberikan pembiayaan murabahah ini karena memiliki resiko yang tidak tinggi dikarenakan nasabah dalam mengajukan pembiayaan disertai dengan jaminan.⁷¹

Pembiayaan murabahah pada BMT Harum Tulungagung ini memiliki nasabah yang cukup banyak jumlahnya. Jumlah tersebut dalam suatu data rincian rekening yang dimiliki oleh pihak BMT. Meskipun produk pembiayaan ini

⁷¹Ibu Primayanti, wawancara *Teller BMT HarumTulungagung*, tgl 23 Februari 2015

mempunyai nasabah yang cukup banyak namun pelayanan dalam pembiayaan ini tetap dipertahankan agar pihak nasabah tetap *loyal* dengan produk yang diinginkan.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam bab ini penulis membahas temuan yang telah diteliti yaitu di BMT Harum Tulungagung kemudian dianalisa. Temuan tersebut sesuai dengan tujuan penelitian yang dibahas diawal. Tujuan penelitian tersebut meliputi:

1. Analisa Strategi Produk Tabungan dalam Meningkatkan Pembiayaan Mudharabah

Membahas mengenai strategi tentu tidak lepas dari bahasan keunggulan suatu produk yang dimiliki oleh setiap lembaga. Strategi yang diterapkan oleh masing-masing lembaga keuangan mempunyai perbedaan tersendiri tetapi biasanya juga terdapat sedikit kesamaan. Perbedaan tersebut tentunya dikarenakan setiap lembaga keuangan khususnya BMT memiliki nasabah yang berbeda-beda dengan kebutuhan yang berbeda pula. Nasabah disetiap BMT mempunyai pilihan untuk menggunakan produk BMT sesuai apa yang dibutuhkannya. Sehingga pembeda disetiap produk yang dimiliki BMT bisa juga dapat dikatakan sebagai strategi.

Dari uraian diatas, implementasi strategi produk (tabungan) dalam meningkatkan pembiayaan mudharabah dan murabahah yang diterapkan di BMT Harum Tulungagung ada persamaan dan juga perbedaannya. Menurut teori dalam

dunia perbankan strategi produk yang dilakukan ada 4 unsur yaitu Penentuan Logo dan Moto, Menciptakan Merk, Menciptakan Kemasan serta Keputusan label.

1. Penentuan Logo dan Moto

Merupakan ciri khas suatu bank sedangkan moto merupakan serangkaian kata- kata yang berisikan misi dan visi bank dalam melayani masyarakat. Ada istilah baru melihat logonya saja orang sudah mengenal bank tersebut. Atau dengan membaca moto saja sudah banyak orang mengenalnya. Logo dan moto juga sering disebut sebagai ciri produk. Baik logo maupun moto harus dirancang dengan benar. Pertimbangan pembuatan logo dan moto adalah sebagai berikut:

- a) Memiliki arti (Dalam arti positif)
- b) Menarik perhatian
- c) Mudah diingat

2. Menciptakan Merek

Sebuah lembaga memiliki beraneka ragam jasa, maka setiap jasa harus memiliki nama. Tujuannya agar mudah dikenal dan diingat pembeli. Nama ini kita kenal dengan nama merek. Untuk berbagai jenis jasa bank yang ada perlu diberikan merek tertentu. Merek merupakan sesuatu untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan. Pengertian merek sering diartikan sebagai nama, istilah, simbol, desain, atau kombinasi dari semuanya. Penciptaan merek harus mempertimbangkan faktor- faktor, antara lain:

- a) Mudah diingat
- b) Terkesan hebat dan modern
- c) Memiliki arti (dalam arti positif)
- d) Menarik perhatian

3. Menciptakan Kemasan

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Dalam dunia perbankan kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah di samping juga sebagai pembungkus untuk beberapa jenis jasanya. Seperti buku tabungan, cek, bilyet giro, atau kartu kredit.

4. Keputusan Label

Label merupakan sesuatu yang dilengketkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian kemasan. Di dalam label dijelaskan siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, cara menggunakannya, waktu kedaluwarsa, komposisi isi, dan informasi lainnya.

Perlu diingat bahwa masing-masing produk memiliki daur hidup produk (*product life circle*). Oleh karena itu, pihak bank perlu mengembangkan produk baru. Strategi pengembangan produk baru penting mengingat tidak selamanya produk yang kita tawarkan laku di pasar.

Untuk mengembangkan suatu produk baru maka diperlukan langkah-langkah yang harus dilalui, hal ini bertujuan agar produk baru yang diluncurkan nanti benar-benar tepat sasaran.⁷²

⁷²Kasmir, *pemasaran Bank...*, hal.,141-143

Sedangkan strategi Produk (Tabungan) yang diterapkan di BMT Harum Tulungagung ada tiga poin yang sama seperti yang ada diteori. Strategi tersebut adalah:

Produk tabungan yang dimiliki oleh BMT Harum Tulungagung memiliki berbagai macam variasi. Variasi tersebut berguna sebagai salah satu strategi yang digunakan untuk menarik minat nasabah bergabung untuk menyimpan uangnya di BMT Harum Tulungagung. BMT Harum Tulungagung logo yang berbeda pada setiap tabungannya contohnya

Simpanan idul fitri yang ada menggunakan logo *dua buah ketupat* dan simpanan Haji di BMT Harum Tulungagung menggunakan logo *ka'bah*. Hal tersebut diperuntukkan agar memiliki arti, Menarik perhatian, dan Mudah diingat. Sedangkkn Moto yang digunakan oleh BMT Harum Tulungagung juga sangat menarik "*BMT Merubah Cara Investasi Anda Semakin Pasti dan Islami*".

Jenis Produk tabungan yang dimiliki BMT Harum Tulungagung sangat bermacam-macam maka. Setiap produk juga memiliki nama yang berbeda. Tujuannya agar mudah dikenal dan diingat oleh nasabah. Nama produk simpanan yang ada di BMT Harum Tulungagung yaitu, *Simpanan Mudharabah Biasa, Simpanan pendidikan, Simpanan Idul Fitri, Simpanan Qurban, Simpanan Haji dan Simpanan Walimah*.

Dalam dunia perbankan suatu pelayanan merupakan kunci utama bagi lembaga agar nasabah merasakan kenyamanannya bergabung dengan lembaga tersebut. Pelayanan yang dilakukan oleh BMT Harum Tulungagung juga cukup memuaskan karena setiap nasabah yang datang disapa dengan ramah tamah oleh

karyawan BMT Harum Tulungagung dan dilayani sesuai yang dibutuhkan nasabahnya. Penggunaan buku tabungan di BMT Harum Tulungagung juga berbeda-beda sesuai akad yang dipilih oleh nasabahnya.

Penentuan Nisbah bagi hasil juga sangat menentukan bagi calon nasabah yang ingin bergabung di BMT tersebut. Pembagian nisbah yang diberikan tentunya diharapkan adil dalam setiap proporsinya. Banyak sekali nasabah sebelum bergabung disuatu lembaga menanyakan terlebih dahulu berapa nisbah yang akan diperoleh dari tabungan tersebut. BMT Harum Tulungagung menggunakan nisbah yang begitu tinggi, mulai dari 30% sampai 65% tergantung jenis tabungan dan jangka waktunya.

Pemberian suatu yang lain daripada yang lain merupakan suatu strategi agar nasabah yang sudah bergabung merasa nyaman dan agar terus bergabung di lembaga tersebut. Seperti halnya yang dilakukan oleh BMT Harum Tulungagung yaitu pemberian sembako berupa bahan pangan pada setiap bulan kepada para dhuafa atau fakir miskin. Pemberian sembako tersebut diambil dari pembagian bagi hasil yang dikurangi 2.5% dari nisbah tabungan pada setiap bulannya. Pengambilan tersebut bukan diambil dari tabungan nasabah tetapi dari hasil penghitungan nisbahnya. Sehingga nasabah selain dapat menyimpan uangnya di BMT juga dapat berbagi dengan orang lain yang lebih membutuhkan.

Strategi tersebut sudah cukup maksimal sesuai dengan kebutuhan nasabah karena dilihat dari data rincian rekening dari tahun 2007, 2010, dan 2015 jumlah nasabah meningkat drastis. Sementara itu produk pembiayaan yang dilakukan oleh BMT Harum Tulungagung juga meningkat. Dari total keseluruhan jumlah

pembiayaan yang mencapai 5,6 Milyar. Dari hasil dana tabungan tersebut maka pihak BMT dapat memberikan pembiayaan khususnya pembiayaan mudharabah kepada nasabahnya. Pembiayaan yang akan diberikan oleh pihak BMT juga dapat berjalan dengan maksimal karena tersuplai dana dari produk tabungan. Pembiayaan yang akan dilakukan oleh BMT berjalan dengan optimal terbukti dari data tahun 2007, 2010 sampai tahun 2015 yang mengalami peningkatan khususnya nasabah pembiayaan mudharabah.⁷³

Jumlah nasabah pembiayaan mudharabah yang dimiliki oleh BMT Harum Tulungagung memang tidak begitu banyak. Hal tersebut dikarenakan pembiayaan yang dilakukan merupakan pembiayaan jangka pendek karena hanya dalam jangka waktu 3 bulan. Selain itu pihak BMT juga sangat selektif dalam melakukan pembiayaan mudharabah ini karena memiliki resiko yang tinggi.

2. Analisa Strategi Produk Tabungan dalam Meningkatkan Pembiayaan Murabahah

Setelah melakukan penelitian, penulis akan menganalisis temuan penelitian mengenai strategi produk yang diterapkan di BMT Harum Tulungagung dalam meningkatkan pembiayaan Murabahah. Pembahasan mengenai strategi produk di atas memang sudah cukup panjang lebar. Strategi dalam lembaga sangat diperlukan dalam mencapai targetnya. Target pencapaian suatu lembaga itu dibuktikan dengan jumlah nasabah yang ada di BMT tersebut dapat berkontribusi dengan kelancaran dalam mengelola keuangan BMT.

⁷³Data BMT, *Rincian Rekening BMT Harum Tulungagung*, Tahun 2007 - 2015

Dalam dunia perbankan strategi produk yang dilakukan memiliki empat unsur yaitu: 1) Penentuan logo dan moto, 2) Menciptakan merek, 3) Menciptakan kemasan dan 4) Keputusan label. Keempat teori dalam praktiknya di BMT Harum Tulungagung tidak semua dilaksanakan karena tidak sesuai dengan kondisi di lapangan. Meskipun BMT Harum Tulungagung tidak menerapkan semua unsur yang ada dalam teori namun strategi produk yang diterapkan sudah cukup maksimal. Hasil dari strategi tersebut terbukti dalam rincian rekening BMT Harum Tulungagung dari tahun 2007 sampai 2015.

Rincian rekening BMT Harum Tulungagung memuat mengenai jumlah rekening tabungan beserta total tabungannya dan jumlah rekening pembiayaan beserta total pembiayaan yang diberikan. Dari jumlah rekening yang dikeluarkan pada tahun 2007 sampai 2015 mengalami peningkatan yang cukup maksimal, hal itu terbukti bahwa pada tahun 2007 jumlah rekeningnya hanya sekitar 700 rekening dan pada tahun 2015 jumlah rekening yang dikeluarkan mencapai 1600 rekening.⁷⁴

Hasil analisis dari rincian rekening BMT Harum Tulungagung mulai tahun 2007 sampai 2015 dapat disimpulkan bahwa strategi produk yang diterapkan dalam BMT Harum Tulungagung sudah sangat maksimal. Dari penerapan strategi produk tersebut jumlah tabungan yang dimiliki oleh BMT Harum Tulungagung sangat membantu meningkatkan pembiayaan murabahah. hal tersebut terbukti bahwa jumlah keseluruhan tabungan sudah membantu 90% dari pembiayaan yang diberikan.

⁷⁴Data BMT, *Rincian Rekening BMT Harum Tulungagung*. April 2015

Dari hasil analisis mengenai produk pembiayaan murabahah terdapat selisih jumlah nasabah yang sangat banyak. Selisih jumlah nasabah tersebut dikarenakan pihak BMT Harum Tulungagung lebih berhati-hati dalam memberikan pembiayaan mudharabah dari pada murabahah. Pembiayaan mudharabah ditujukan hanya orang-orang tertentu yang dapat dipercaya oleh pihak BMT. Sementara pembiayaan murabahah memiliki jumlah nasabah yang lebih banyak karena resiko dalam pembiayaan ini tidak terlalu besar. Dalam pembiayaan murabahah nasabah juga wajib menyetorkan jaminannya dan resiko sehingga resiko dapat diminimalkan. Dari uraian tersebut disimpulkan bahwa pihak BMT lebih berani memberikan pembiayaan murabahah dari pada mudharabah karena pihak BMT lebih menjuru kepada pembiayaan yang memiliki resiko lebih rendah dari pembiayaan yang lain.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai implementasi strategi produk (tabungan) dalam meningkatkan pembiayaan mudharabah dan murabahah di BMT Harum Tulungagung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Jumlah tabungan yang khususnya berasal dari nasabah juga merupakan salah satu faktor penentu BMT Harum Tulungagung dalam memberikan pembiayaan. Semakin tinggi tingkat dana tabungan dari nasabah yang diperoleh maka semakin tinggi pula BMT Harum Tulungagung dapat menyalurkannya kembali kepada nasabahnya dalam bentuk pembiayaan, baik pembiayaan dengan jangka waktu yang pendek maupun pembiayaan dengan jangka waktu yang panjang. Terbukti dalam grafik perkembangan nasabah yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya.
2. Penerapan strategi produk di BMT Harum Tulungagung dapat membantu meningkatkan dana dari nasabah dalam bentuk tabungan. Sehingga dana tabungan tersebut juga dapat membantu BMT Harum Tulungagung dalam menyalurkannya kembali kepada nasabahnya dalam bentuk pembiayaan. Pembiayaan yang diberikan oleh BMT Harum Tulungagung juga meningkat khususnya pembiayaan mudharabah dan pembiayaan murabahah meskipun kedua produk pembiayaan tersebut memiliki selisih yang cukup banyak.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi BMT Harum Tulungagung diharapkan hasil penelitian ini digunakan sebagai sumbangan saran, pemikiran dan informasi untuk merencanakan strategi di dalam mencari dan meningkatkan nasabahnya dalam hal tabungan, sehingga meningkatkan jumlah dana tabungan yang berasal dari nasabah BMT Harum tulungagung.
2. Bagi nasabah hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi nasabah dalam mengambil keputusan memilih produk tabungan yang terdapat pada BMT Harum Tulungagaung.
3. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan untuk menambah pengetahuan serta diharapkan dapat mencari strategi lain apa saja yang dapat meningkatkan penyaluran pembiayaan khususnya pembiayaan mudharabah dan murabahah di BMT Harum Tulungagung.