

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK BMT
MANDIRI ABADI SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

ARIF HIDAYAT
NPM:1401280041



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT
NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK BMT MANDIRI ABADI
SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh :

Arif Hidayat

1401280041

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

PEMBIMBING

Drs. Satwo Edi, MA

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk mempertahankan dalam ujian skripsi oleh:

NAMA MAHASISWA : Arif Hidayat

NPM : 1401280041

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN MINAT NASABAH DALAM
MEMILIH PRODUK BMT MANDIRI ABADI
SYARIAH

Medan, Maret 2018

Pembimbing Skripsi


Drs. Sarwo Edi, MA

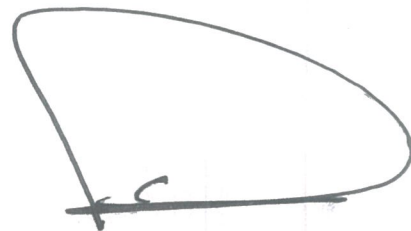
Disetujui Oleh :

**Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah**



Isra Hayati, S.Pd, M.Si

**Dekan
Fakultas Agama Islam**



Dr. Muhammad Qorib, M.A



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

NAMA : ARIF HIDAYAT
NPM : 1401280041
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK
BMT MANDIRI ABADI SYARIAH

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi

Medan, Maret 2018

Pembimbing Skripsi

Drs. Sarwo Edi, MA

Diketahui/Disetujui

Oleh :

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Dekan

Fakultas Agama Islam

Dr. Muhammad Qorib, MA

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

NAMA MAHASISWA : Arif Hidayat

NPM : 1401280041

PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah

HARI, TANGGAL : Selasa, 27 Maret 2018

WAKTU : 08.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Selamat Pohan, S.Ag, MA

PENGUJI II : Sri Fitri Wahyuni, SE, MM

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Dr. Muhammad Qorib, MA

Zailani, S,PdI, MA





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
Dosen Pembimbing : Drs. Sarwo Edi, MA

Nama Mahasiswa : Arif Hidayat
Npm : 1401280041
Semester : VIII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Dalam Memilih Produk BMT Mandiri Abadi Syariah

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
3 - 3 - 2018	1) Kutipan di lengkapi 2) Isilah di artikan 3) Bahan efektif 4) Apa moto perusahaan itu		
7 - 3 - 2018	1) Tambahkan Daftar Gambar dan Gambar fisik. BMT, Syariah, SDM 2) perulusein catatan kaki di parbaiki		
9 - 3 - 2018	Ace		

Medan, 9 - 3 - 2018

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Skripsi

Drs. Sarwo Edi, MA



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tenggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
Dosen Pembimbing : Drs. Sarwo Edi, MA

Nama Mahasiswa : Arif Hidayat
Npm : 1401280041
Semester : VII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Dalam Memilih Produk BMT Mandiri Abadi Syariah

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
7-12-2017	revisi judul proposal revisi proposal ke guru misi, tujuan, dan hasil - dan memperhatikan keterampilan → metode penelitian belum ada	[Signature]	[Signature]

Medan, 7 - 12 - 2017

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Proposal

Drs. Sarwo Edi, MA



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
 Dosen Pembimbing : Drs. Sarwo Edi, MA

Nama Mahasiswa : Arif Hidayat
 Npm : 1401280041
 Semester : VII
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Dalam Memilih Produk BMT Mandiri Abadi Syariah

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
11-12-2017	Buat skedul penelitian - Surat AL in skripsi yg ayat tidak nampak - Surat H N visa ayat 29 Betul - Tapi teliti lagi dengan meyakinkan Teks yg		
	Surat AL dan to b tulis ayat jelaskan p d h t h dgn betul		

Medan, 11 - 12 - 2017

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Proposal

Drs. Sarwo Edi, MA



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
Dosen Pembimbing : Drs. Sarwo Edi, MA

Nama Mahasiswa : Arif Hidayat
Npm : 1401280041
Semester : VII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Dalam Memilih Produk BMT Mandiri Abadi Syariah

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
14-12-2017	Perbaiki Rencana- Penerbitan Buat - Beberapa tabel perma- pan manajemen bisnis di BMT mandiri syariah.		

Medan, 14-12-2017

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Proposal

Drs. Sarwo Edi, MA



Unggul Ponds & Coprasya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
 Dosen Pembimbing : Drs. Sarwo Edi, MA

Nama Mahasiswa : Arif Hidayat
 Npm : 1401280041
 Semester : VII
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Dalam Memilih Produk BMT Mandiri Abadi Syariah

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
19-12-2017	Acc.		

Medan, 19-12-2017

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Proposal

Drs. Sarwo Edi, MA

ABSTRAK

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT
NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK
BMT MANDIRI ABADI SYARIAH**

ARIF HIDAYAT
NPM:1401280041

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya jumlah nasabah BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan beberapa tahun belakangan ini. BMT Mandiri Abadi Syariah merupakan suatu koperasi jasa keuangan syari'ah yang menjalankan aktivitas perputaran finansial dengan mendasarkan pada prinsip-prinsip syariah Islam. Meningkatnya jumlah nasabah BMT Mandiri Abadi Syariah tersebut tidak lepas dari strategi pemasaran yang dilakukan *marketer* BMT Mandiri Abadi Syariah tersebut. Pada penelitian ini akan membahas tentang strategi pemasaran yang diterapkan *marketer* dikaitkan dengan aturan syariah yang berlaku.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis implementasi produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dan strategi pemasaran produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan turun langsung ke lapangan. Sumber data penelitian ini bersumber dari data primer berupa hasil observasi dan *interview* (wawancara) terhadap Staf bagian pemasaran dan data sekunder berupa hasil pencarian data secara tidak langsung melalui perantara. Data penelitian ini dianalisis menggunakan metode kualitatif, yakni suatu pembahasan yang dilakukan dengan cara menafsirkan dan mendiskusikan data-data yang telah diperoleh dan diolah berdasarkan landasan teoritis sehingga didapatkan kesimpulan berkenaan dengan permasalahan yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan Implementasi produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan baik dalam produk simpanan *wadi'ah*, simpanan giro *mudharabah*, pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah* telah sesuai dengan hukum ekonomi Islam dan dalam pelaksanaannya tidak ada mengandung *maisyir*, *gharar*, haram, riba dan sebagainya, namun dalam produk simpanan deposito *mudharabah* belum sepenuhnya sesuai dengan konsep bagi hasil *mudharabah* menurut hukum ekonomi Islam. Strategi pemasaran yang dilakukan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dalam meningkatkan jumlah nasabahnya adalah dengan (a) Meningkatkan pelayanan kepada nasabah. (b) Penambahan inventaris kantor. (c) Meningkatkan kualitas SDM. (d) Meningkatkan kegiatan promosi kepada masyarakat. (e) Meningkatkan kualitas keagamaan melalui kajian syariat Islam, dan melakukan *assesment* (penilaian/evaluasi).

Kata Kunci : strategi pemasaran, minat nasabah, produk

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, serta shalawat dan salam kepada nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi kita semua.

Penyusunan skripsi ini untuk melengkapi salah satu syarat program S1 Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, untuk itu penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Yang tercinta orang tua penulis Ayahanda Ahmad Sajiran dan Ibunda tercinta Painem, yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan berupa Do'a, motivasi dan juga dukungan moril maupun materil kepada penulis, dan agar menjadi anak yang berguna dunia akhirat.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Qorib, MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibuk Isra Hayati, S.Pd, M.Si sebagai Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Drs. Sarwo Edi, MA sebagai pembimbing skripsi yang ikut membantu dan membimbing penulis selama melakukan pembuatan skripsi ini.
6. Seluruh staf dosen Fakultas Agama Islam Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang selama ini telah banyak sekali memberikan ilmu kepada penulis terutama dalam menuntut ilmu di kampus ini.

7. Buat Kakak Nani Rahayu, Nining Sri Dewi Ningsih, dan Susi Tri Has Tuti yang selalu ada untuk memotivasi dan membantu dalam segala hal penyelesaian pembuatan skripsi ini.
8. Buat sahabat M Ismail Lubis, Rahman B. Tumangger, Ayu rahmadhani, Rani Dwi Pratiwi, Amalia Mekar Sari Rambe keluarga besar, para sahabat-sahabatku dan kawan-kawan seperjuangan semoga kita bisa sama-sama sukses.

Penulis juga menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih kurang sempurna, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan mendukung demi kesempurnaan skripsi ini.

Oleh karena itu sudah selayaknya penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung yang terkait dalam penyelesaian proposal ini, sehingga penulis dapat menyelesaikannya. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, Amin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Medan, 05 Maret 2018

Penulis,

ARIF HIDAYAT

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Permasalahan.....	6
C. Batasan Istila	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Strategi	8
a. Definisi Strategi	8
b. Tingkatan Strategi	9
c. Tujuan Strategi	10
2. Pemasaran	11
a. Landasan Hukum Pemasaran dalam Al-qur'an.....	11
b. Definisi Pemasaran.....	13
c. Unsur-unsur Pemasaran	14
d. Bauran Pemasaran	17
e. Konsep Pemasaran Syariah	17
f. Perencanaan Pemasaran	23
g. Strategi Pemasaran	24
3. Produk	26
a. Definisi Produk	26
b. Klasifikasi Produk.....	26
B. Kajian Terdahulu.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
A. Pendekatan Penelitian	30
B. Definisi Operasional.....	30
C. Tempat dan Waktu Penelitian	30
D. Metode Penelitian.....	31
E. Sumber Data.....	32
F. Teknik Pengumpulan Data.....	33
G. Analisis Data	33
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	36
A. Deskripsi Hasil Penelitian	36
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	36
a. Sejarah Singkat dan Kegiatan Operasional Koperasi BMT Mandiri Abadi Syariah Medan	36

b. Struktur Organisasi, Gambaran Fisik Perusahaan Dan Deskripsi Tugas.....	41
2. Implementasi Produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.....	49
a. Produk Simpanan	49
b. Produk Pembiayaan.....	55
3. Strategi Pemasaran Produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.....	65
a. Simpanan <i>Wadiah</i> (Simpanan Dengan Akad Titipan)....	65
b. Simpanan Deposito <i>Mudharabah</i> (Simpanan Berjangka).....	67
c. Produk Pembiayaan.....	68
B. Pembahasan Hasil Penelitian	71
1. Implementasi Produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.....	71
a. Simpanan <i>Wadiah</i>	71
b. Simpanan Deposito <i>Mudharabah</i> (Simpanan Berjangka).....	73
c. Pembiayaan <i>Murabahah</i> (Pembiayaan dengan Akan Jual Beli Barang).....	77
d. Pembiayaan <i>Mudharabah</i> (Pembiayaan Usaha).....	79
2. Strategi Pemasaran Produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.....	81
a. Penerapan Segmentasi, <i>Targeting dan Positioning</i> BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan	84
b. Pelaksanaan Bauran Pemasaran BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.....	87
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rincian Waktu Pelaksanaan Penelitian	31
Tabel 1.2 Penerapan Manajemen Bisnis di BMT Mandiri Abadi Syariah	32
Tabel 4.1 Tinjauan Syariah dalam Akad <i>Wadi'ah</i> di BMT Mandiri Abadi Syariah	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Struktur Operasi Perusahaan BMT Mandiri Abadi Syariah	42
Gambar 4.2	Kondisi Bangunan Kantor BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dari jauh.....	43
Gambar 4.3	Kondisi Di Dalam Kantor BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.....	44
Gambar 4.4	Kondisi Sarana Kantor BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.....	44
Gambar 4.5	Kondisi Sumber Daya Manusia BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.....	42
Gambar 4.6	Kondisi Aktivitas BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan	45

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Bank Syariah telah mengatur secara khusus eksistensi bank syariah di Indonesia. Undang-undang tersebut melengkapi dan menyempurnakan Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 yang belum spesifik sehingga perlu diatur secara khusus dalam suatu undang-undang tersendiri. Dapat dipahami tentang perbankan syariah dengan mencermati Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Bank Syariah. Pasal 1 Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.¹

Mendengar kata bank sebenarnya tidak asing lagi bagi kita, terutama yang hidup di perkotaan. Bahkan di pedesaan sekalipun saat ini kata bank bukan merupakan kata yang asing dan aneh. Menyebut kata bank setiap orang selalu mengaitkannya dengan uang sehingga selalu saja ada anggapan bahwa yang berhubungan dengan bank selalu ada kaitannya dengan uang. Hal ini tidak salah karena bank memang merupakan lembaga keuangan atau perusahaan yang bergerak di bidang keuangan. Sebagai lembaga keuangan bank menyediakan berbagai jasa keuangan. Di negara-negara maju bank bahkan sudah merupakan kebutuhan utama bagi masyarakat setiap kali bertransaksi.

Pengertian bank menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dari uraian di atas dapat dijelaskan bahwa bank merupakan perusahaan

¹Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h. 31.

yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya usaha perbankan selalu berkaitan masalah bidang keuangan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan utama, yaitu:

1. Menghimpun dana;
2. Menyalurkan dana; dan
3. Memberikan jasa bank lainnya.

Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok perbankan, sedangkan kegiatan memberikan jasa-jasa bank lainnya hanyalah merupakan pendukung dari kedua kegiatan di atas. Bagi perbankan yang berdasarkan prinsip konvensional, keuntungan utama diperoleh dari selisih bunga simpanan yang diberikan kepada penyimpan dengan bunga pinjaman atau kredit yang disalurkan. Kemudian bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah keuntungan bukan diperoleh dari bunga. Di bank ini jasa bank yang diberikan disesuaikan dengan prinsip syariah yang berdasarkan hukum Islam. Prinsip syariah yang diterapkan oleh bank syariah adalah:

1. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*);
2. Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*);
3. Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*);
4. Pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*); atau
5. Dengan adanya pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).²

Sesungguhnya terdapat jenis lembaga keuangan lain di luar perbankan. Lembaga ini sama-sama memiliki misi keumatan yang jelas. Sistem operasionalnya menggunakan syariah Islam, hanya produk dan manajemenya sedikit berbeda dengan industri perbankan. Lembaga tersebut meliputi: Asuransi Syariah, Reksa Dana Syariah, serta *Baitul Maal Wa Tamwil*. Di antara lembaga tersebut yang terkait langsung dengan upaya pengentasan kemiskinan adalah *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT).

BMT sebagai lembaga keuangan yang ditumbuhkan dari peran masyarakat

²Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012) h. 12-15.

secara luas, tidak ada batasan ekonomi, sosial bahkan agama. Semua komponen masyarakat dapat berperan aktif dalam membangun sebuah sistem keuangan yang lebih adil dan yang lebih penting mampu menjangkau lapisan pengusaha yang terkecil sekalipun.

Peran BMT dalam menumbuhkembangkan usaha mikro dan kecil di lingkungannya merupakan sumbangan yang sangat berarti bagi pembangunan nasional. Bank yang diharapkan mampu menjadi perantara keuangan ternyata hanya mampu bermain pada level menengah atas. Sementara lembaga keuangan non formal yang notabene mampu menjangkau pengusaha mikro, tidak mampu meningkatkan kapitalisasi usaha kecil. Maka BMT diharapkan tidak terjebak pada dua kutub sistem ekonomi yang berlawanan tersebut.³

BMT bersifat usaha bisnis, mandiri, ditumbuhkembangkan secara swadaya dan dikelola secara profesional. Aspek *Baitul Maal*, dikembangkan untuk kesejahteraan anggota terutama dengan penggalangan dana ZISWA (zakat, infaq, sedekah, wakaf) seiring dengan penguatan kelembagaan BMT.⁴ Sebagaimana diketahui, bahwa BMT memiliki dua fungsi utama yakni *funding* atau penghimpunan dana dan *financing* atau pembiayaan. Dua fungsi ini memiliki keterkaitan yang sangat erat. Keterkaitan ini terutama berhubungan dengan rencana penghimpunan dana supaya tidak menimbulkan terjadinya dana menganggur (*idle money*) di suatu sisi dan rencana pembiayaan untuk menghindari terjadi kurangnya dana/likuiditas (*illiquid*) saat dibutuhkan di sisi yang lain.

Upaya penghimpunan dana ini harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi anggota di BMT. Prinsip utama dalam manajemen *funding* ini adalah kepercayaan. Artinya kemauan masyarakat untuk menaruh dananya pada BMT sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan masyarakat terhadap BMT itu tersendiri. Karena BMT pada prinsipnya merupakan lembaga amanah (*trust*), maka setiap insan BMT harus dapat menunjukkan sikap amanah tersebut.

³Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), h. 72-74.

⁴*Ibid*, h. 129.

Membangun kepercayaan masyarakat/umat terhadap BMT harus terus dilakukan. Program ini harus memperhatikan kondisi calon anggota yang akan dijadikan pasar. Oleh sebab itu, sangat mungkin membangun kepercayaan melalui ketokohan dalam masyarakat. Pada tahap awal pendirian, BMT dapat mengajak tokoh setempat baik tokoh agama maupun masyarakat untuk menjadi pendiri di BMT. Melalui tokoh tersebut, pemasaran BMT akan mudah dilakukan.⁵

Kegiatan pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.⁶ Begitu juga dengan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan mulai beroperasi dan bersama masyarakat berupaya membangun perekonomian masyarakat kecil dan menengah di Kota Medan agar menjadi lebih baik.

BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah yang menjalankan aktivitas perputaran finansial dengan mendasarkan pada prinsip-prinsip syariah Islam. Selain sebagai lembaga keuangan mikro, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan juga menjadi tempat untuk menerima dan menyalurkan Zakat, Infaq dan Shodaqoh. Untuk menambah dana BMT, para anggota bisa menyimpan simpanan pokok, simpanan wajib, dan jika ada kemudahan juga simpanan sukarela yang semuanya itu akan mendapatkan bagi hasil dari keuntungan BMT.

Dalam melaksanakan penghimpunan dana BMT Mandiri Abadi Syariah

⁵*Ibid*, h. 149-150.

⁶Kasmir, *Manajemen Perbankan*, h. 193.

menawarkan beberapa produk, yaitu: simpanan *wadiah* (simpanan dengan akad titipan), simpanan *mudharabah* (simpanan dengan akad bagi hasil), produk pembiayaan dalam bentuk *murabahah* (pembiayaan jual beli barang dengan memperoleh keuntungan), *mudharabah* (pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil), *musyarakah* (pembiayaan dalam bentuk penyertaan modal), *ijarah* (pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni) dan lainnya.

Berdasarkan pengamatan peneliti ketika melakukan magang di BMT Mandiri Abadi Syariah dan informasi dari pengurusnya diketahui bahwa jumlah peminat atau pengguna produk BMT Mandiri Abadi Syariah tersebut di atas mengalami peningkatan setiap tahunnya. Meskipun dalam periode tertentu mengalami penurunan, namun secara keseluruhan peminat produk BMT Mandiri Abadi Syariah tersebut meningkat setiap tahunnya.

Dari salah satu produk simpanan yang ada di BMT Mandiri Abadi Syariah yang banyak diminati oleh mitra atau nasabah yakni produk penyimpanan karena produk ini bisa diambil sewaktu-waktu selama jam kerja kantor. Untuk persyaratan pembukaan rekening penyimpanan tersebut hanya dengan foto copi KTP dan setoran awal minimal Rp 10.000,-.

Meningkatnya peminat produk BMT Mandiri Abadi Syariah tersebut tidak lepas dari upaya pemasaran yang dilakukan oleh *marketing* (pemasaran) produk BMT Mandiri Abadi Syariah tersebut. Dalam mempromosikan atau menjual suatu produk sangat dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang tepat, sehingga efektif dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan produk tersebut. Apalagi BMT Mandiri Abadi Syariah adalah suatu lembaga keuangan non perbankan yang menjalankan usahanya berlandaskan syariah, tentu banyak hal yang harus disesuaikan dengan aturan syariah yang berlaku dalam Islam.

Dari uraian di atas penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam lagi tentang pemasaran produk BMT Mandiri Abadi Syariah yang ada di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan, sehingga penulis akan mengambil judul **“Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Dalam Memilih Produk BMT Mandiri Abadi Syariah”**.

B. Permasalahan

Dari latar belakang di atas dapat dirumuskan pokok permasalahan yang menjadi fokus penelitian, yaitu:

1. Bagaimana implementasi produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan?
2. Bagaimana strategi pemasaran produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan?

C. Batasan Istilah

Adapun batasan istilah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran.⁷
2. Minat menjadi nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk memakai Produk BMT Mandiri Abadi Syariah.

D. Tujuan Penelitian

Bedasarkan permasalahan di atas, Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis implementasi produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

- a. Bagi penulis
 1. Untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

⁷Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008, Jilid 1), h. 81.

2. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang strategi pemasaran produk simpanan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.
- b. Bagi BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan
1. Sebagai bahan evaluasi dalam upaya pengembangan produk yang lebih baik.
 2. Dapat memperkenalkan eksistensi BMT di masyarakat luas serta dapat digunakan sebagai masukan.
- c. Bagi fakultas
- Sebagai tambahan referensi dan informasi khususnya bagi akademisi dan praktisi mengenai strategi pemasaran di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Strategi

a. Definisi Strategi

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu siasat perang atau akal (tipu muslihat) untuk mencapai suatu maksud. Namun dalam perkembangannya kata ini sering dipakai dalam pengertian yang lebih luas sebagai cara yang ditempuh seseorang atau organisasi untuk mencapai tujuan yang dicita-citakan.⁸

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *strategeia* (*stratos* = militer, dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dulu yang sering diwarnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi militer didasarkan pada pemahaman akan kekuatan dan penempatan posisi lawan, karakteristik fisik medan perang, kekuatan dan karakter sumber daya yang tersedia, sikap orang-orang yang menempati teritorial tertentu, serta antisipasi terhadap setiap perubahan yang mungkin terjadi.⁹

Menurut Wikipedia, strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan, gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktifitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional. Efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan

⁸Makhalul Ilmi, *Teori & Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII Pers, 2002), h. 57.

⁹Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008), h. 3.

waktu yang lebih singkat.

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis. John A. Byrne mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan. Jack Trout merumuskan bahwa inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi yang lebih baik. Persaingan yang akan datang merupakan persaingan untuk menciptakan dan mendominasi peluang-peluang yang timbul. Menciptakan masa yang akan datang merupakan lebih dari sekedar menangkap peluang yang telah ditetapkan sebelumnya, mengembangkan perusahaan untuk menciptakan peluang masa yang akan datang dan mengeksploitasinya.¹⁰

Strategi juga bisa didefinisikan sebagai pusat dan inti yang khas dari manajemen strategik. Strategi mengacu pada perumusan tugas, tujuan dan sasaran organisasi, strategi kebijakan dan program pokok untuk mencapainya dan metode yang dibutuhkan untuk menjamin bahwa strategi telah diimplementasikan untuk mencapai tujuan akhir organisasi.

b. Tingkatan Strategi

Dalam manajemen strategik, perusahaan pada umumnya mempunyai tiga level atau tingkatan strategi, yaitu:

1) Strategi Korporasi

Strategi ini menggambarkan arah perusahaan secara keseluruhan mengenai sikap perusahaan secara umum terhadap arah pertumbuhan dan

¹⁰Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 29.

manajemen berbagai bisnis dan lini produk untuk mencapai keseimbangan portofolio produk dan jasa. Sebagai tambahan strategi perusahaan adalah:

- a) Pola keputusan yang berkenaan dengan tipe-tipe bisnis yang perusahaan sebaiknya terlibat.
- b) Arus keuangan dan sumber daya lainnya dari dan ke divisi-divisi yang ada di perusahaan.
- c) Hubungan antara perusahaan dan kelompok-kelompok utama dalam lingkungan perusahaan.¹¹

2) Strategi Unit Bisnis

Strategi ini biasanya dikembangkan pada level divisi dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang atau jasa perusahaan dalam industrinya atau segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut. Strategi bisnis umumnya menekankan pada peningkatan laba produksi dan penjualan. Strategi bisnis yang diimplementasikan biasanya merupakan salah satu strategi *overall cost leadership*, atau *diferensiasi*.¹²

3) Strategi Fungsional

Strategi ini menekankan terutama pada pemaksimalan sumber daya produktivitas. Dalam batasan oleh perusahaan dan strategi bisnis yang berada di sekitar mereka, departemen fungsional seperti fungsi-fungsi pemasaran, SDM, keuangan, produksi-operasi mengembangkan strategi untuk mengumpulkan bersama-sama berbagai aktivitas dan kompetensi mereka guna meningkatkan kinerja perusahaan.¹³

c. Tujuan Strategi

Strategi dalam pemasaran bertujuan untuk mencari atau menciptakan kondisi paling menguntungkan untuk menjual produk. Beberapa komponen dalam strategi pemasaran antara lain:

- 1) Menentukan segmen pasar, yaitu menentukan siapa yang paling mungkin dan memastikan menjadi pangsa pasar dari produk yang kita

¹¹Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 16.

¹²*Ibid*, h. 17.

¹³*Ibid*.

- jual.
- 2) Menetapkan target penjualan, yaitu merencanakan berupa jumlah produk yang paling optimal masuk ke segmen pasar. Misalnya produk kita souvenir pernikahan, segmen pasarnya adalah orang yang punya hajat pernikahan, maka kita harus mentarget jumlah maksimal pada bulan-bulan orang melakukan pernikahan.
 - 3) Memberikan pemahaman pasar terhadap produk, yaitu upaya agar sedapat mungkin keunggulan produk kita mampu membentuk imej di masyarakat, sehingga produk kita mudah di kenal dan dikenang. Misalnya, orang senang sepeda motor merk Honda, karena keiritannya. Jadi penekanan pembentukan imej adalah sesuatu kelebihan yang ada pada produk kita dibanding produk lain.¹⁴

Dari tiga komponen tersebut diaplikasikan menjadi strategi yang kita susun sehingga siap bersaing di pasar dengan kompetitor lain. Jadikanlah pasar sebagai obyek penentu agar mereka membeli, membeli, dan membeli lagi produk yang kita hasilkan, sehingga produk tersebut akan semakin dikenal di pasar.

2. Pemasaran

a. Landasan Hukum Pemasaran dalam Al-qur'an

Landasan pemasaran dalam Al-Quran dapat ditemukan dalam QS. An-Nisa ayat 29, yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya :“ Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian” (QS. An-Nisa ayat 29).

Ayat ini menerangkan hukum transaksi secara umum, lebih khusus kepada transaksi perdagangan, bisnis jual beli. Dalam ayat ini Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, (dan segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang batil, yaitu yang tidak

¹⁴Erni Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Cet. Ke-5), (Jakarta: Kencana, 2010), h. 132.

dibenarkan oleh syari'at. Kita boleh melakukan transaksi terhadap harta orang lain dengan jalan perdagangan dengan asas saling ridha, saling ikhlas. Dan dalam ayat ini Allah juga melarang untuk bunuh diri, baik membunuh diri sendiri maupun saling membunuh. Dan Allah menerangkan semua ini, sebagai wujud dari kasih sayang-Nya, karena Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kita.

Dari ayat tersebut dapat kita ketahui pula, *pertama*, perusahaan harus dapat menjamin produknya. Jaminan yang dimaksud mencakup dua aspek: material, yaitu mutu bahan, mutu pengolahan, dan mutu penyajian; aspek non-material mencakup kehalalan dan keislaman dalam penyajian. *Kedua*, yang dijelaskan Allah adalah manfaat produk. Produk bermanfaat apabila proses produksinya benar dan baik. Adapun metode yang dapat digunakan agar proses produksi benar dan baik, menurut Al-Quran, sesuai petunjuk dalam QS. Al-An'am ayat 143, yaitu:

ثَمَانِيَةَ أَزْوَاجٍ مِّنَ الضَّأْنِ اثْنَيْنِ وَمِنَ الْمَعْزِ اثْنَيْنِ قُلْ آلذَّكَرَيْنِ حَرَّمَ أَمِ الْأُنثَيَيْنِ أَمْآ
اشْتَمَلَتْ عَلَيْهِ أَرْحَامُ الْأُنثَيَيْنِ نَبِّئُونِي بِعِلْمٍ إِن كُنْتُمْ صَادِقِينَ ﴿١٤٣﴾

Artinya :“(yaitu) delapan binatang yang berpasangan, sepasang domba, sepasang dari kambing. Katakanlah: “Apakah dua yang jantan yang diharamkan Allah ataukah dua yang betina, ataukah yang ada dalam kandungan dua betinanya?” Terangkanlah kepadaku dengan berdasar pengetahuan jika kamu memang orang-orang yang benar (QS. Al-An'am ayat 143).

Ayat ini mengajarkan kepada kita, untuk meyakinkan seseorang terhadap kebaikan haruslah berdasarkan ilmu pengetahuan, data, dan fakta. Jadi, dalam menjelaskan manfaat produk, nampaknya peranan data dan fakta sangat penting. Bahkan sering data dan fakta jauh lebih berpengaruh dibanding penjelasan. *Ketiga*, penjelasan mengenai sasaran atau *customer* dari produk yang dimiliki oleh perusahaan. Makanan yang halal dan baik yang menjadi darah dan daging manusia akan membuat kita menjadi taat kepada Allah. Sebab konsumsi yang dapat menghantarkan manusia kepada ketakwaan harus memenuhi tiga syarat: (1) Materi yang halal, (b) Proses pengolahan yang bersih (*thaharah*), dan (3) Penyajian yang islami.

b. Definisi Pemasaran

Pakar pemasaran Phillip Kotler mendefinisikan bahwa *marketing* (pemasaran) merupakan fungsi organisasi yang berproses mencipta, mengkomunikasikan dan memberikan nilai (*value*) bagi *customer* serta mengelola hubungan yang menguntungkan bagi perusahaan dan segenap pemangku kepentingan (*stakeholders*). Pemasaran berawal dari informasi pasar, produksi, edukasi pasar, penjualan, proses membina hubungan baik dengan *customer*, serta proses menciptakan loyalitas pelanggan.¹⁵

Pemasaran adalah sekelompok aktivitas yang saling berkaitan yang dirancang untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan mengembangkan distribusi, promosi, dan penetapan harga serta pelayanan untuk memuaskan kebutuhan konsumen pada tingkat keuntungan tertentu. Definisi di atas memiliki beberapa konsep penting yaitu kebutuhan, keinginan, dan permintaan, produk (barang, jasa, dan ide); nilai, biaya, dan kepuasan; pertukaran dan transaksi; hubungan relasi dan jaringan kerja; serta pemasar dan prospek.

- 1) Kebutuhan (*needs*): suatu keadaan untuk memenuhi kekurangan yang bersifat dasar; misalnya manusia membutuhkan makanan, pakaian, tempat tinggal.
- 2) Keinginan (*wants*): suatu keadaan untuk memuaskan kebutuhan yang lebih spesifik dan banyak dipengaruhi lingkungan, misalnya manusia menginginkan makanan dari beras, jagung, atau sagu.
- 3) Permintaan (*demands*): keinginan terhadap produk-produk tertentu yang didukung oleh kemampuan (daya beli) dan keinginan untuk mengkonsumsinya.
- 4) Produk (*Product*): segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan.
- 5) Nilai (*value*): persepsi yang mendasari pemilihan produk yang akan dikonsumsi untuk memenuhi kepuasan.
- 6) Pertukaran (*exchange*): kegiatan untuk mendapatkan suatu produk yang diinginkan dari pihak lain dengan menawarkan sesuatu sebagai imbalannya.
- 7) Transaksi (*transaction*): suatu pertukaran antara dua pihak yang melibatkan sedikitnya dua unsur nilai, dengan kondisi, waktu, dan tempat yang disetujui bersama.
- 8) Hubungan relasi (*relationship*): proses untuk menciptakan, mempertahankan, dan mencapai hubungan yang baik dengan

¹⁵Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 310.

pelanggan atau *stakeholders*.

- 9) Pasar (*market*): orang atau sekelompok orang yang mempunyai kebutuhan dan keinginan serta memiliki daya beli (kemampuan) dan keinginan (minat) untuk membelanjakannya.¹⁶

Inti dari pemasaran adalah pertukaran, melalui proses pertukaran kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Pertukaran adalah suatu proses yang dilakukan dua pihak atau lebih dengan cara saling memberi sesuatu yang bernilai untuk memuaskan kebutuhan masing-masing. Syarat terjadinya pertukaran adalah:

- 1) Paling sedikit ada dua pihak.
- 2) Masing-masing pihak memiliki sesuatu yang bernilai.
- 3) Pihak satu dengan pihak lainnya bisa saling berkomunikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung.
- 4) Masing-masing pihak memiliki kebebasan untuk mengambil keputusan.
- 5) Semua pihak tidak keberatan untuk melakukan pertukaran.¹⁷

Tanpa adanya kegiatan pemasaran, konsumen akan tetap berada dalam kondisi *subsisten*, yaitu suatu kondisi dimana segala kebutuhan dicukupi sendiri. Pemasaran juga memungkinkan masyarakat memfokuskan kegiatannya pada hal-hal yang lebih dikuasai dan mungkin disukainya. Dengan demikian, pemasaran juga memungkinkan dilaksanakannya alokasi sumber daya dan aktivitas produksi secara lebih efisien.

c. Unsur-unsur Pemasaran

1) Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar merupakan strategi yang sangat penting dalam mengembangkan program pemasaran. Dengan segmentasi pasar diharapkan usaha-usaha pemasaran dilakukan dapat mencapai tujuan perusahaan secara efisien dan efektif. Menurut Tciptono dan Chandra bahwa segmentasi pasar adalah sebagai proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku dan atau respon terhadap program

¹⁶*Ibid*, h.311.

¹⁷*Ibid*, h. 311-312.

pemasaran spesifik.¹⁸

Dengan melakukan penelitian pemasaran, pemasar dapat memperoleh informasi tentang karakteristik dan kebutuhan konsumen untuk melakukan segmentasi pasar. Berdasarkan informasi yang diperoleh pemasar, maka pasar potensial dapat dikategorikan dengan empat cara:

- a) Segmentasi demografi, membagi pasar ke dalam beberapa kelompok berdasarkan karakteristik seperti usia, pendidikan, jenis kelamin, penghasilan, dan jumlah tanggungan keluarga
- b) Segmentasi geografi, mengidentifikasi tempat atau wilayah di mana pasar berada, misalnya besarnya wilayah, iklim, kepadatan penduduk, atau kondisi fisik pasar.
- c) Segmentasi psikografi, segmentasi pasar berdasarkan gaya hidup dan kepribadian konsumen seperti aktivitas seseorang, selera, minat atau opini.
- d) Segmentasi manfaat, pembagian pasar yang lebih memfokuskan pada manfaat yang diharapkan dari suatu produk dari pada karakteristik konsumennya itu sendiri. Sebagai contoh, produk pasta gigi *pepsodent* memiliki kegunaan utama membersihkan gigi. Saat ini *pepsodent* telah memiliki beberapa jenis produk dengan tujuan yang berbeda untuk konsumen yang berbeda pula misalnya memutihkan gigi, menyehatkan gusi, dan anti *plak*.¹⁹

Langkah selanjutnya dalam membagi pasar adalah menganalisis potensi penjualan, potensi permintaan, kekuatan pembelian, dan potensi keuntungan. Dengan memahami potensi pasar, maka pemasar dapat menentukan seberapa jauh pasar yang dituju mampu menyerap produk.

- a) Untuk mengkategorikan konsumen/pelanggan harus dapat dikuantifikasi.
- b) Mudah diperoleh (*accessible*), artinya perusahaan harus dapat menembus dan mengkoordinasikan segmen tertentu.
- c) Menguntungkan (*profitable*), artinya setiap segmen yang ditembus harus benar-benar menguntungkan.
- d) Cakupan luas (*substantible*), segmen yang hendak ditembus harus cukup luas.
- e) Dapat dilaksanakan (*actionable*), artinya segmen pasar yang dicapai harus mampu diimplementasikan oleh perusahaan, sesuai kemampuan sumberdaya yang dimiliki.²⁰

¹⁸Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: ANDI, 2012), h. 150.

¹⁹Kismono, Gugup, *Bisnis Pengantar*, (Yogyakarta: BPFE, 2001), h. 325.

²⁰*Ibid*, h. 325-326.

2) Penetapan Target Pasar

Targeting merupakan proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang dinilai paling menarik untuk dilayani dengan program pemasaran spesifik perusahaan.²¹ Dalam menyeleksi suatu target pasar sangat penting dilakukan dalam mengembangkan sebuah strategi pemasaran yang efektif. Mencoba untuk menjual sebuah produk kepada suatu kelompok pelanggan yang tidak menginginkan atau membutuhkan produk tersebut, merupakan tindakan yang hanya akan berakhir kegagalan. Oleh karena itu, perusahaan menggunakan pendekatan tidak terdeferensiasi melalui bauran pemasaran tunggal untuk pasar keseluruhan, atau pendekatan segmentasi pasar untuk segmen pasar yang lebih kecil.²²

Kriteria penentuan target pasar yaitu:

- a) Pasar yang dipilih harus cukup besar dan menguntungkan bagi perusahaan di masa mendatang.
- b) Target pasar harus didasarkan pada keunggulan kompetitif perusahaan.
- c) Target pasar yang dibidik harus mempertimbangkan situasi persaingan secara langsung dan tidak langsung mempengaruhi daya tarik target segmen.²³

3) Penetapan Posisi Pasar

Langkah terakhir yang dilakukan dalam proses pemasaran adalah penetapan posisi pasar. Penetapan posisi pasar diawali dengan kegiatan mengidentifikasi konsep penetapan posisi yang memungkinkan bagi masing-masing segmen sasaran, dan kemudian memilih, mengembangkan, serta mengkomunikasikan konsep penetapan posisi yang dipilih. Penetapan posisi pasar juga dapat diartikan sebagai kegiatan mendesain penawaran dan *image* perusahaan sehingga dapat menempati posisi kompetitif yang bermanfaat dan berbeda dalam benak pelanggan. Untuk melakukan strategi penetapan posisi pasar yang terfokus, perusahaan harus memutuskan berapa dan perbedaan-perbedaan apa (misal: ciri-ciri produk, keistimewaan produk) yang akan dipromosikan kepada target

²¹Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, h.162.

²²Kismono, Gugup, *Bisnis Pengantar*, h. 327-328.

²³Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, h. 197.

pelanggan.²⁴

d. Bauran Pemasaran

Setelah segmentasi dilakukan dan pasar sasaran (*targetting*), maka bauran pemasaran (*marketing mix*) harus disusun. Bauran pemasaran adalah kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yang terdiri dari strategi produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan distribusi (*place*).²⁵

e. Konsep Pemasaran Syariah

Pemasaran dalam Islam adalah bentuk *muamalah* (bisnis) yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah. Sedangkan menurut Kertajaya dan Sula “Pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip *muamalah* (bisnis) dalam Islam.”²⁶

Definisi ini didasarkan pada salah satu ketentuan dalam bisnis Islam yang tertuang dalam kaidah *fiqih* yang mengatakan, “*Al-muslimuna ‘ala syurutihim illa syarthan harrama halalan aw ahalla haraman*” (kaum muslimin terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis yang mereka buat, kecuali kesepakatan yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram). Selain itu, kaidah *fiqih* lain mengatakan “*Alashlu fil-muamalah al-ibahah illa ayyadulla dalilun ‘ala tahrimiha*” (pada dasarnya semua bentuk *muamalah* (bisnis) boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya).

Ini berarti bahwa dalam *marketing* syariah, seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip *muamalah* yang Islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip

²⁴*Ibid*, h. 202.

²⁵Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*, h. 4.

²⁶Hermawan Kertajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), h. 09.

muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan. Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan zalim dalam berbisnis termasuk dalam proses penciptaan, penawaran dan proses perubahan nilai dalam pemasaran. Sebagaimana firman Allah dalam surat Shaad: 24, yang berbunyi:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نِعَجَتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۗ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ
عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ ﴿٢٤﴾

Artinya : “Daud berkata: Sesungguhnya Dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan Amat sedikitlah mereka ini”. (Q.S. Shaad ayat 24).

Menurut Yusuf Qhardawi syariah pemasaran adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan siapa pun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah Islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam.²⁷

Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Selain itu juga Islam memandang bahwa pemasaran sebagai jual beli yang harus dipajang dan ditunjukkan keistimewaan-keistimewaannya dan kelemahan-kelemahan dari barang tersebut agar pihak lain tertarik membelinya. Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an QS. At-Taubah ayat 111, yaitu:

إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَىٰ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنَّ لَهُمُ الْجَنَّةَ ۗ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ
فِيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ ۖ وَعَدًّا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ ۗ وَمَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ
مِنَ اللَّهِ ۗ فَاسْتَبْشِرُوا بِّبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ ۗ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ ﴿١١١﴾

²⁷Yusuf Qhardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Terjemah Zainal Arifin (et.al), (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), h. 11.

Artinya :“Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. Mereka berperang pada jalan Allah; lalu mereka membunuh atau terbunuh. (Itu telah menjadi) janji yang benar dari Allah di dalam Taurat, Injil dan Al Quran. Dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) dari pada Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu, dan itulah kemenangan yang besar”. (Q.S. Shaad ayat 24).

Dalam sebuah hadits juga disebutkan:

أَلَا إِنَّ سِلْعَةَ اللَّهِ الْجَنَّةَ، أَلَا إِنَّ سِلْعَةَ الْجَنَّةِ غَالِيَةٌ

Artinya :“Ketahuilah bahwa surga adalah barang dagangan Allah dan ketahuilah bahwa barang-barang dari surga mahal harganya.” (HR At-tirmidzi).

Konsep Pemasaran yang dilakukan oleh Nabi Muhammad Saw dalam berjualan antara lain: Nilai transaksi yang terpenting dalam bisnis adalah *amanah* (kejujuran). Ia merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang yang beriman. Bahkan kejujuran merupakan karakteristik dari para Nabi. Tanpa kejujuran, kehidupan agama tidak akan berdiri tegak dan kehidupan dunia tidak akan berjalan baik.²⁸

Nabi Muhammad Saw sebagai seorang pedagang, memberikan contoh yang sangat baik dalam setiap transaksi bisnisnya. Beliau melakukan transaksi-transaksi secara jujur, adil, dan tidak pernah membuat pelanggannya mengeluh apalagi kecewa. Beliau selalu menepati janji dan mengantarkan barang dagangannya dengan standar kualitas sesuai dengan permintaan pelanggan. Reputasinya sebagai seorang pedagang yang benar dan jujur dan juga selalu memperlihatkan rasa tanggung jawab terhadap setiap transaksi yang dilakukan.²⁹

Nabi Muhammad Saw juga meletakkan prinsip-prinsip dasar dalam melakukan transaksi dagang secara adil. kejujuran dan keterbukaan Nabi Muhammad dalam melakukan transaksi perdagangan merupakan teladan abadi bagi pengusaha generasi selanjutnya. Nabi Muhammad bukan saja seorang pedagang, Beliau adalah seorang nabi dengan segala kebesaran dan kemuliaannya.

²⁸*Ibid*, h. 14.

²⁹*Ibid*, h. 14-15.

Nabi Muhammad sangat menganjurkan umatnya untuk berbisnis, karena berbisnis dapat menimbulkan kemandirian dan kesejahteraan bagi keluarga tanpa tergantung atau menjadi beban orang lain.³⁰

Dalam transaksi bisnisnya, Nabi Muhammad sebagai pedagang profesional tidak ada tawar menawar dan pertengkaran antara Nabi Muhammad dengan pelanggannya. Segala permasalahan antara Nabi Muhammad dengan pelanggannya selalu diselesaikan dengan adil dan jujur, tetapi tetap meletakkan prinsip-prinsip dasar untuk hubungan dagang yang adil dan jujur. Nabi Muhammad sebagai pebisnis yang jujur Nabi Muhammad telah mengikis habis transaksi-transaksi dagang dari segala macam praktek yang mengandung unsur penipuan, riba, judi, keraguan, eksploitasi, pengambilan untung yang berlebihan, dan pasar gelap. Beliau juga melakukan standarisasi timbangan dan ukuran, serta melarang orang-orang menggunakan timbangan dan ukuran lain yang tidak dapat dijadikan pegangan standar.³¹

Nabi Muhammad melarang beberapa jenis perdagangan, baik karena sistemnya maupun karena ada unsur-unsur yang diharamkan di dalamnya. Memperjual-belikan benda-benda yang dilarang menurut Al-Qur'an adalah haram. Al-Qur'an misalnya, melarang mengkonsumsi daging babi, darah, bangkai, dan *khamr*, sebagaimana yang tercantum dalam Firman Allah berikut ini:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ ﴿٣﴾

Artinya : “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah. (Q.S. Al-Maidah ayat 3).

Konsep pemasaran merupakan kunci untuk meraih tujuan organisasi akan menjadi efektif dari para pesaing dalam memadukan kegiatan pemasaran guna menetapkan harga dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. Konsep pemasaran merupakan falsafah perusahaan yang menyatakan bahwa pemasaran adalah syarat utama bagi perusahaan. Segala kegiatan perusahaan di bidang produksi, teknik, keuangan, dan pemasaran diarahkan pada usaha untuk mengetahui keinginan pembeli dan kemudian memuaskan keinginan tersebut

³⁰*Ibid*, h. 15.

³¹*Ibid*.

dengan mendapatkan laba. Pengertian lain dari konsep pemasaran adalah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.³²

Perusahaan dapat memilih konsep untuk melaksanakan kegiatan pemasaran, di antaranya:

1) Konsep produk

Konsep produk menyatakan bahwa konsumen menyukai produk yang tersedia di banyak tempat dan selaras dengan kemampuannya. Konsep produk memusatkan perhatian pada usaha-usaha untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi dan distribusi yang luas. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surah Al-A'raaf ayat 10, yaitu:

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ ۗ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ ﴿١٠﴾

Artinya : “Sesungguhnya Kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi dan Kami adakan bagimu di muka bumi (sumber) penghidupan. Amat sedikitlah kamu bersyukur”. (QS. Al-A'raaf ayat 10).

Konsep produk pada pemasaran Islami yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW selalu menjelaskan dengan baik kepada pembeli akan kelebihan dan kekurangan produk yang dijualnya. Sesuai dengan firman Allah dalam Al-Ahzab ayat 70-71, yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾
يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا
عَظِيمًا ﴿٧١﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan Barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka Sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar. (QS. Al-Ahzab ayat 70-71).

³²Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2005), h. 10.

Kejujuran adalah kunci utama dalam perniagaan Nabi Muhammad, Kejujuran adalah cara yang termurah walaupun sulit dan langka ditemukan sekarang. Jika kita menjual produk dengan segala kelebihan dan kekurangannya kita ungkapkan secara jelas, maka yakin produk itu akan terjual dan juga akan dipercayai oleh konsumen kita. Dan mereka tidak akan meninggalkan kita karena merasa tidak dibohongi dengan ucapan kita.

2) Konsep Penjualan

Konsep penjualan menyatakan bahwa konsumen akan membeli produk jika perusahaan melakukan promosi dan penjualan yang menonjol. Strategi ini digunakan oleh perusahaan yang bergerak di bidang asuransi, alat-alat olahraga, makanan suplemen, dan barang yang kurang dipikirkan oleh pembeli.

Sehingga dalam melaksanakan penjualan setiap produk, pemasar perlu berupaya keras, cerdas dengan tepat mengedepankan atas ridha Allah sehingga akan dimudahkan dalam setiap upaya, sebagaimana firman Allah SWT, dalam surah Al-Ankabut ayat 69, yaitu:

وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٦٩﴾

Artinya: “Dan orang-orang yang berjihad untuk (mencari keridhaan) Kami, benar-benar akan Kami tunjukkan kepada mereka jalan-jalan kami. dan Sesungguhnya Allah benar-benar beserta orang-orang yang berbuat baik”. (QS. Al-Ahzab ayat 70-71).

3) Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci meraih tujuan perusahaan adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan berorientasi kepada kebutuhan konsumen. Hal ini secara asasi berbeda dengan falsafah bisnis terdahulu yang berorientasi pada produk dan penjualan.

Secara deknitif konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Tiga unsur konsep pemasaran antar lain:

- a) Orientasi pada konsumen;
- b) Penyusunan kegiatan pemasaran secara terstruktur;
- c) Kepuasan konsumen.

4) Konsep Pemasaran Kemasyarakatan

Konsep pemasaran kemasyarakatan menyatakan bahwa tugas organisasi adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dan mempertahankan serta mempertinggi kesejahteraan masyarakat.

5) Konsep Pemasaran Strategis

Konsep pemasaran strategis adalah konsep pemasaran yang mengubah fokus pemasaran dari pelanggan atau produk ke pelanggan dalam konteks lingkungan eksternal yang lebih luas. Konteks pelanggan eksternal yang lebih luas, menyangkut persaingan, kebijakan, dan peraturan pemerintah serta kekuatan-kekuatan makro, ekonomi, sosial-budaya, demografi, hukum, politik, dan teknologi. Perubahan lainnya adalah dalam hal tujuan pemasaran, yaitu dari profitabilitas menjadi keuntungan pihak yang berkepentingan. Serta yang dimaksud dengan pihak yang berkepentingan adalah individu dan kelompok yang mempunyai kepentingan dalam kegiatan perusahaan, meliputi pelanggan, karyawan, manajemen, masyarakat, dan pemerintah.

f. Perencanaan Pemasaran

Rencana pemasaran lebih dititikberatkan pada produk/pasar dan pengembangan strategi dan program pemasaran yang terinci dengan baik agar dapat memperoleh sasaran/tujuan produk dalam pasar. Dengan kata lain, rencana pemasaran merupakan instrumen terpadu untuk mengarahkan dan memadukan upaya pemasaran tersebut.

Isi rencana pemasaran paling sedikit harus berisi rangkuman pimpinan, situasi pemasaran saat ini, analisis peluang dan masalah, sasaran, strategi pemasaran, program kegiatan, anggaran rugi laba, dan pengendalian. Kebanyakan perusahaan besar dengan berbagai macam produk, strategi dikelompokkan menjadi tiga tingkatan, yaitu pemasaran-pemasaran korporasi, perencanaan

pemasaran unit bisnis (SUB), dan perencanaan pemasaran fungsional. Strategi korporasi terdiri atas strategi korporasi bisnis tunggal dan strategi korporasi multibisnis.³³

g. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi bisnis. Dengan adanya strategi pemasaran, maka implementasi program dalam mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar dan rasional tentang bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya dalam lingkungan bisnis yang semakin *turbulen*. Strategi pemasaran bagi setiap perusahaan dapat berfungsi sebagai berikut:

- 1) Sebagai respons organisasi untuk menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan sepanjang siklus bisnis.
- 2) Sebagai upaya untuk membedakan dirinya dari pesaing dengan menggunakan kekuatan korporat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih baik dalam lingkungan tertentu,
- 3) Sebagai kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis, memberikan kesatuan arah bagi semua mitra internal perusahaan. Strategi pemasaran yang jelas akan memberi arah mengkombinasi variabel-variabel segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran konsep strategi yang tidak jelas, keputusan yang diambil akan subjektif.
- 4) Sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya dan usaha organisasi. Setiap organisasi membutuhkan strategi untuk menghadapi situasi:
 - a) Keterbatasan sumber daya yang dimiliki;
 - b) Ketidakpastian kekuatan bersaing perusahaan;
 - c) Mengkoordinasikan keputusan-keputusan antar bagian sepanjang waktu;

³³Ali Hasan. *Marketing Bank Syariah...*, h. 31-32.

- d) Ketidakpastian pengendalian inisiatif;
- e) Sebagai alat fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan dalam melayani pasar sasaran.

Strategi pemasaran yang efektif memerlukan basis pengetahuan tentang konsumen, untuk itu *marketer* perlu melakukan beberapa hal berikut.

- 1) Mengoptimalkan riset pemasaran untuk mengetahui keinginan yang paling diinginkan oleh konsumen;
- 2) Mengoptimalkan riset mengenai manfaat dan harga produk yang diinginkan, gaya (*style*) dan model yang menunjukkan *prestise* ketika produk diposisikan, respons *customer* terhadap bauran pemasaran dan analisis persepsi dan kepuasan pelanggan ketika pelanggan telah menggunakan produk.
- 3) Melakukan penyesuaian bauran pemasaran terhadap keinginan *customer*. Setiap fungsi manajemen memberikan kontribusi tertentu pada saat penyusunan strategi pada level yang berbeda. Perusahaan memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal, sementara pemasaran memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal. Oleh karena itu, pemasaran harus mampu mencapai kesesuaian perusahaan dengan lingkungannya (saat ini dan yang akan datang) dalam rangka memberi pertimbangan kepada manajemen tentang:
 - a) Bisnis yang dijalankan pada saat ini dan jenis bisnis yang dapat dimasuki di masa mendatang;
 - b) Cara menjalankan pemasaran yang sukses dalam lingkungan yang kompetitif berdasarkan keserasian nilai produk, harga, promosi dan distribusi dalam melayani pasar sasaran.

Rencana strategi pemasaran merupakan dokumen pemecahan masalah. Kemampuan memecahkan masalah yaitu mengenali bahwa masalah yang besar biasanya merupakan kombinasi dari masalah yang lebih kecil. Pendekatan yang terbaik adalah pecahkan dahulu masalah yang lebih kecil, yang dengan itu membagi masalah yang besar menjadi bagian yang dapat diatur.

Pembuatan rencana pemasaran harus diatur lewat keputusan yang dapat meyakinkan setiap mitra internal untuk saling bekerja sama agar dapat mencapai target tersebut. Rencana strategi pemasaran yang baik dapat mencegah dari reaksi yang tidak tanggap terhadap suatu masalah dan bahkan membantu mengantisipasi masalah. Hal tersebut untuk mendukung strategi yang telah dipilih untuk dilaksanakan dalam mencapai tujuan yang dibangun berdasarkan konsep:

- 1) Untuk siapakah tim manajemen mendesain produk bank (segmentasi pasar).
- 2) Apakah produk jasa itu telah tepat untuk pasar sasaran (penempatan pasar).
- 3) Bagaimanakah upaya agar produk diterima oleh pasar (memasuki pasar).
- 4) Bagaimana menetapkan bentuk penawaran pada segmen pasar tertentu (bauran pemasaran).
- 5) Bagaimana upaya agar perusahaan tetap bisa bertahan di pasar yang semakin kompetitif (keunggulan bersaing).³⁴

3. Produk

1. Definisi Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang berwujud (dapat dideteksi pancaindra). Kalau didefinisikan secara luas, produk meliputi objek secara fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi, gagasan, atau bauran dari semua wujud diatas. Jasa adalah produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang dijual, seperti gunting rambut, penyiapan pajak, dan perbaikan rumah. Jasa pada dasarnya terwujud (tidak terdeteksi pancaindra) dan tidak mengakibatkan kepemilikan atas apa pun.

2. Klasifikasi Produk

Dalam mengembangkan strategi pemasaran untuk produk dan jasa,

³⁴*Ibid*, h. 119-120.

pemasar mengembangkan beberapa klasifikasi produk. Pertama-tama, pemasar membagi produk dan jasa menjadi dua kelas besar berdasarkan pada jenis konsumen yang menggunakannya produk konsumen dan produk industri.

a. Produk Konsumen

Produk konsumen adalah apa yang dibeli oleh konsumen akhir untuk konsumen pribadi. Pemasar biasanya mengklasifikasikan lebih jauh barang-barang ini berdasarkan pada cara konsumen membelinya. Produk konsumen mencakup produk sehari-hari, produk *shopping*, produk khusus, dan produk yang tidak dicari. Berbagai produk ini mempunyai perbedaan dalam cara konsumen membelinya, oleh karena itu produk tersebut berbeda dalam cara pemasarannya.

b. Produk Industri

Produk Industri adalah barang yang dibeli untuk diproses lebih lanjut atau untuk dipergunakan dalam menjalankan bisnis. Jadi, perbedaan antara produk konsumen dan produk industri didasarkan pada tujuan produk tersebut dibeli. Bila seorang konsumen membeli sebuah mesin pemotong rumput yang sama untuk dipergunakan dalam bisnis pertamanan, mesin pemotong rumput tadi termasuk produk industri.

c. Sifat-sifat Produk

Suatu produk dapat ditawarkan dengan berbagai sifat. Sebuah model 'polos', produk tanpa tambahan apa pun merupakan titik awal. Perusahaan dapat menciptakan model model dari tingkat lebih tinggi dengan menambahkan beberapa sifat. Sifat adalah alat bersaing untuk membedakan produk perusahaan dari produk pesaing. Menjadi produsen yang pertama kali memperkenalkan sifat baru yang dibutuhkan dan dinilai tinggi oleh pelanggan adalah salah satu cara paling efektif untuk bersaing. Beberapa perusahaan amat inovatif dalam menambahkan sifat-sifat baru.

d. Rancangan Produk

Rancangan adalah konsep yang lebih luas ketimbang gaya. Gaya hanya menguraikan tampilan produk. Gaya mungkin menarik dipandang atau menginspirasi kejemuan. Gaya yang sensasional mungkin menarik perhatian, tetapi tidak selalu membuat produk berkinerja lebih baik. Dengan semakin

meningkatnya persaingan, rancangan akan menawarkan sala satu alat paling ampuh untuk membedakan dan menetapkan posisi produk dan jasa perusahaan. Rancangan yang bagus dapat menarik perhatian, memperbaiki kinerja produk.³⁵

B. Kajian Terdahulu

Adapun kajian terdahulu yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang pernah dilakukan adalah:

1. Widia Astuty, Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2010, dengan judul: Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pangsa Pasar Industri Kecil Pengolahan Ikan Di Sumatera Utara. Adapun hasil penelitian yang diperoleh yaitu bahwa penerapan strategi bauran pemasaran dan strategi keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap pangsa pasar baik secara parsial maupun secara simultan.
2. Dedek K. Gultom, Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2014, dengan judul: Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Adapun hasil penelitian yang diperoleh yaitu: 1) Bauran pemasaran jasa (Produk, Biaya Pendidikan, Tempat, Proses, Orang, Bukti fisik) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. 2) Kualitas Pelayanan (Bukti langsung, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Dan Empati) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. 3) Bauran pemasaran jasa (Produk, Biaya Pendidikan, Tempat, Proses, Orang, Bukti fisik) dan Kualitas Pelayanan (Bukti langsung, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Dan Empati) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.
3. Muhammad Buhari Sibue, Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2012, dengan judul: Analisis Usaha Tani Dan Pemasaran Asam Gelugur Di Kabupaten Deli Serdang. Adapun hasil

³⁵Thamrin Abdullah Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 153-160.

penelitian yang diperoleh yaitu: bahwa secara simultan faktor produksi luas lahan, tenaga kerja, bibit, pupuk berpengaruh nyata terhadap pendapatan pada tingkat kepercayaan 95%. Secara parsial luas lahan dan pupuk berpengaruh nyata terhadap pendapatan. Saluran pemasaran di daerah penelitian ada dua saluran, pertama saluran dari petani ke pedagang pengumpul, lalu ke pedagang besar/agen dan ke pengolah; saluran kedua dari petani ke pedagang besar/agen kemudian ke pengolah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Adapun penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Dalam penelitian deskriptif, penelitian tidak menggunakan manipulasi variabel dan tidak menetapkan peristiwa yang akan terjadi, dan biasanya menyangkut peristiwa-peristiwa yang saat sekarang. Perbedaan utama metode kuantitatif dan kualitatif adalah metode kuantitatif itu deduktif dan metode kualitatif bersifat induktif. Pendekatan induktif merupakan proses penalaran dengan cara observasi atau pengamatan yang menjadi dasar untuk merumuskan teori.

B. Definisi Operasional

Adapun definisi operasional merupakan petunjuk bagaimana suatu variabel diukur. Adapun definisi operasional penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran.³⁶
- b. Minat menjadi nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk memakai Produk BMT Mandiri Abadi Syariah.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan yang beralamat di Jalan Pelajar Timur No. 217 Binjai, Medan Denai, Kota Medan, Sumatera Utara.

³⁶Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, h. 81.

2. Waktu Penelitian

Dalam rangka memperoleh data yang diperlukan guna penyusunan skripsi maka penelitian ini dilakukan mulai bulan Desember 2017 sampai dengan selesai. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Rincian Waktu Pelaksanaan Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan/Minggu															
		Desember				Januari				Februari				Maret			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penulisan Proposal	■															
2.	Bimbingan Proposal		■														
3.	Perbaikan Proposal			■													
4.	Seminar Proposal				■												
5.	Pelaksanaan Penelitian					■	■	■	■								
6.	Pengelolaan Data									■							
7.	Penulisan Skripsi										■						
8.	Bimbingan Skripsi											■	■	■	■	■	■
9.	Ujian Skripsi																■

D. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Sukmadinata menyatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan suatu bentuk penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu dapat berupa bentuk, aktivitas, perubahan, karakteristik, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya.³⁷

Metode penelitian dalam penelitian ini akan dianalisis secara deskriptif tentang gambaran, fenomena maupun permasalahan dalam strategi pemasaran produk Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Strategi pemasaran tersebut akan disesuaikan dengan manajemen bisnis syariah berdasarkan teori yang ada.

Berikut ini akan diuraikan tentang penerapan manajemen bisnis syariah di BMT Mandiri Abadi Syariah.

³⁷Sukmadinata, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Graha Aksara, 2006), h. 33.

Tabel 1.2
Penerapan Manajemen Bisnis di BMT Mandiri Abadi Syariah

Penerapan Manajemen Bisnis	Keterangan
1. Manajemen Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menerapkan manajemen pemasaran Islam dengan baik, yaitu memperlakukan nasabah dengan baik sampai nasabah tersebut merasa nyaman dalam menggunakan jasa BMT Mandiri Abadi Syariah. 2. Membuka cabang di tempat lain. 3. Menerapkan konsep pemasaran secara amanah, yaitu menjaga nasabah dengan tidak mengecewakan mereka atas kualitas produk atau layanan yang diberikan.
2. Manajemen Sumber Daya Manusia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganggap karyawan dan nasabah sebagai keluarga. 2. Memberikan reward atau penghargaan kepada karyawan. 3. Memberikan kompensasi yang adil dan layak kepada seluruh karyawan.
3. Manajemen Keuangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menabung hasil keuntungan untuk keperluan masa depan perusahaan. 2. Mengalokasikan profit bisnis untuk memperbanyak produk. 3. Memberikan sedekah pada yang membutuhkan. 4. Dan sebagainya.

E. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli.³⁸ Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan peneliti, dalam penelitian primer berupa *interview* (wawancara) terhadap Staf bagian pemasaran.

2. Data Sekunder

Data sekunder sering juga disebut dengan penelitian meja (*desk study*).³⁹ Data sekunder dalam penelitian adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder umumnya berupa buku catatan

³⁸Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 97.

³⁹*Ibid*, h. 130.

atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip dalam bentuk dokumen.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

1. Observasi: Pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki.²⁴ Dalam hal ini observasi dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran Produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan terhadap peningkatan jumlah nasabah.
2. Wawancara, wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) sebagai pengaju/pemberi pertanyaan dan yang di wawancarai (*interview*) sebagai pemberi jawaban atas pertanyaan itu.⁴⁰ yaitu penulis melakukan percakapan/dialog langsung dengan responden yang dapat memberikan informasi mengenai masalah-masalah yang diteliti, sehingga diperoleh data yang diperlukan.
3. Dokumentasi, metode ini merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan. Metode ini hanya mengambil data yang sudah ada,⁴¹ yaitu penulis mencari data yang terkait dengan permasalahan yang diteliti, seperti gambaran umum tentang BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan, tujuan berdirinya, struktur organisasinya, sistem dan teknis operasionalnya. Dapat pula dikatakan teknik pengumpulan data yang bersumber dari non insan, seperti surat-surat, buku-buku pedoman, laporan resmi, catatan harian, dan laporan hasil rapat BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

G. Analisis Data

Setelah semua data terkumpul, maka dilakukan pengolahan data dengan

⁴⁰ *Ibid.*, halaman 103.

⁴¹ *Ibid.*, h. 158.

tahapan sebagai berikut:⁴²

1. *Editing*, yaitu dengan mempelajari dan meneliti kembali data-data yang terkumpul sehingga dapat diketahui kelengkapan dan kekurangannya.
2. *Kategorisasi*, yaitu dengan melakukan penyusunan secara sistematis terhadap data-data yang diperoleh berdasarkan permasalahannya sehingga tersusun secara sistematis.
3. *Interprestasi*, yaitu upaya memahami dan menafsirkan kembali terhadap data yang telah dikumpulkan dalam rangka memperoleh kandungan makna data yang jelas disajikan.

Untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan dan telah diolah dibahas dengan metode kualitatif, yakni suatu pembahasan yang dilakukan dengan cara menafsirkan dan mendiskusikan data-data yang telah diperoleh dan diolah berdasarkan landasan teoritis sehingga didapatkan kesimpulan berkenaan dengan permasalahan yang diteliti.⁴³

Teknik pengecekan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Triangulasi. Menurut Lexy J. Moleong “triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu”.⁴⁴ Denzin dalam Lexy J. Moleong, membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori.⁴⁵

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pemeriksaan keabsahan data triangulasi dengan sumber dan triangulasi dengan metode. Menurut Patton dalam Lexy J. Moleong, triangulasi dengan sumber “berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif”.⁴⁶

⁴²Musfiqon, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2012), h. 166-167.

⁴³Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h. 11.

⁴⁴Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), h. 330.

⁴⁵*Ibid.*

⁴⁶*Ibid.*

Sedangkan triangulasi dengan metode menurut Patton dalam Lexy J. Moleong, terdapat dua strategi, yaitu (1) pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan (2) pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.⁴⁷

Dengan teknik triangulasi dengan sumber, peneliti membandingkan hasil wawancara yang diperoleh dari masing-masing sumber atau informan penelitian sebagai pembanding untuk mengecek kebenaran informasi yang didapatkan. Selain itu peneliti juga melakukan pengecekan derajat kepercayaan melalui teknik triangulasi dengan metode, yaitu dengan melakukan pengecekan hasil penelitian dengan teknik pengumpulan data yang berbeda yakni wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga derajat kepercayaan data dapat valid.

⁴⁷*Ibid.*

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

a. Sejarah Singkat dan Kegiatan Operasional Koperasi BMT Mandiri Abadi Syariah Medan

BMT (*Baitul Maal Wat Tamwil*) adalah suatu usaha yang bergerak di bidang jasa yang berupa simpan mikro syariah yang dapat berfungsi sebagai tabungan juga dapat sebagai pinjaman (pembiayaan). Sistem perekonomian adalah sebuah hal besar yang menjadi syarat utama dalam memajukan sebuah masyarakat. Bank dan koperasi menjadi tempat yang sangat dicari oleh sebagian besar masyarakat untuk mendapatkan pinjaman demi memenuhi kebutuhan sehari-harinya, namun sistem yang digunakan oleh sebagian besar bank dan koperasi konvensional pada umumnya adalah sistem bunga, dimana dalam pandangan Islam bunga bank dan sejenisnya adalah termasuk ke dalam riba yang sudah sangat jelas dilarang oleh agama Islam.⁴⁸

Umat Islam telah lama menginginkan adanya suatu sistem perekonomian yang berbasis pada nilai-nilai dan prinsip syariah untuk dapat diterapkan dalam segenap aspek kehidupan bisnis dan transaksi dan BMT merupakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah yang bertujuan untuk menghindari perekonomian masyarakat dari berbagai bentuk riba yang terjadi pada lembaga-lembaga keuangan konvensional pada umumnya telah berhasil dalam pengembangan perekonomian masyarakat adalah BMT Mandiri Abadi Syariah Medan yang menjadikan kehidupan masyarakat berubah menjadi lebih baik terutama di bidang pertanian dan perdagangan.

BMT merupakan usaha perbankan, yakni menghimpun dana anggota dan calon anggota (nasabah) serta menyalurkan pada lembaga ekonomi yang halal dan menguntungkan. Banyaknya masyarakat yang memerlukan modal untuk memulai

⁴⁸Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

usaha kecil dan kesulitan mencari pinjaman modal dan terjerumus dalam pinjaman yang tidak sesuai syariah (riba).⁴⁹

Sesuai dengan surat rekomendasi “Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil” (PINBUK) Perwakilan Provinsi Sumatera Utara yang memberikan rekomendasi “Koperasi Simpan Pinjam Syariah *Baitul Maal Wat Tamwil*/Balai Usaha Mandiri Terpadu” kepada “KS BMT Mandiri Abadi Syariah.” Atas dasar rekomendasi dan PINBUK tersebut di atas, BMT Mandiri Abadi Syariah ini memulai kegiatan usaha secara resmi pada tanggal 1 Februari 2015, Berkedudukan di Jalan Pelajar Timur Nomor 217, Kelurahan Binjai, Kecamatan Medan Denai, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara.⁵⁰

Adapun landasan, azas, dan prinsip BMT Mandiri Abadi Syariah yaitu:

- a. Koperasi Syariah BMT Mandiri Abadi Syariah berazaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 serta berazaskan kekeluargaan.
- b. Koperasi sebagai Badan Usaha dalam melakukan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi serta koperasi yaitu:
 - 1) Keanggotaannya bersifat sukarela dan terbuka;
 - 2) Pengelolaan dilakukan secara demokratis;
 - 3) Pembagian Sisa Hasil Usaha (SHU) dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa masing-masing anggota;
 - 4) Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal;
 - 5) Melaksanakan pendidikan perkoperasian bagi anggota;
 - 6) Kerjasama antara koperasi.⁵¹

Tujuan didirikan BMT Mandiri Abadi Syariah yaitu:

- a. Koperasi didirikan dengan tujuan untuk memajukan kesejahteraan ekonomi dan kegiatan usaha anggota dan masyarakat umum.
- b. Menjadi gerakan ekonomi rakyat serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional untuk mencapai tujuan dimaksud maka koperasi menyelenggarakan kegiatan usaha sebagai berikut:
 - 1) Mengadakan pembiayaan usaha kepada anggota;
 - 2) Mengadakan pembiayaan barang jatuh tempo (*Murabahah*);
 - 3) Mengadakan pemabayaran total bagi hasil (*Mudharabah*);
 - 4) Pembelian barang bagi hasil;
 - 5) Mengadakan usaha penyaluran sembako;

⁴⁹Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁵⁰Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁵¹*Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*.

- 6) Menyediakan perumahan/tanah kaplingan bagi anggota maupun non anggota;
- 7) Menjalankan usaha dalam bidang jasa pengangkutan transportasi serta penyewaan (*rental*) kendaraan;
- 8) Menjalankan usaha perdagangan umum, termasuk ekspor dan import;
- 9) Menjalankan usaha dalam bidang *cleaning service*;
- 10) Menjalankan usaha di bidang pengadaan pupuk, bibit, obat-obatan dan sarana/peralatan pertanian ataupun peternakan;
- 11) Menjalankan usaha perbengkelan (mekanik dan elektrikal);
- 12) Menjalankan usaha dalam bidang penjilitan dan jasa periklanan serta penyediaan alat-alat tulis kantor;
- 13) Menjalankan usaha dalam bidang pengadaan warung post dan telekomunikasi;
- 14) Menjalankan usaha dalam bidang pengadaan air minum kemasan maupun isi ulang;
- 15) Menjalankan usaha dalam bidang kredit sepeda motor dan mobil;
- 16) Menjalankan usaha dalam bidang *home* industri-industri kecil dan menengah;
- 17) Menjalankan usaha pembayaran tagihan rekening listrik, air, telepon, tiket pesawat dan *travelling*.⁵²

BMT (*Baitul Maal Wat Tamwil*) merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang jasa yang berupa simpan pinjam mikro syariah yang berfungsi sebagai tabungan juga sebagai pinjaman (pembiayaan). Secara etimologis pengertian *baitul maal* adalah rumah (sosial), sedangkan *baitul maal tamwil* adalah rumah niaga atau pengembangan harta. BMT secara umum mempunyai misi dan fungsi dalam penerapan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan ekonomi, memberdayakan usaha mikro, serta membina kepedulian kepada dhuafa secara berpola dan berkesinambungan. BMT juga bertujuan untuk memberikan manfaat kepada anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya serta meningkatkan kekuatan dan posisi tawar pengusaha mikro.⁵³

Terdapat beberapa kenyataan yang memberikan landasan yang kuat pada BMT sebagai gerakan koperasi antara lain:

- a. BMT didirikan dengan idealisme pemberdayaan ekonomi masyarakat bawah.

⁵²Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

⁵³Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

- b. BMT didirikan dengan motivasi moral keagamaan yang mendorong adanya komitmen moral dan para pendirinya.
- c. BMT didirikan dengan semangat kemandirian untuk memperkuat lembaga keuangan masyarakat bawah.
- d. BMT didirikan dengan semangat kekeluargaan untuk meningkatkan kualitas masyarakat.
- e. BMT lebih menyebar ke akar rumput dengan skala ekonomi yang kecil.
- f. BMT memiliki potensi dana pendukung sosial yaitu dana zakat, infaq, dan sodaqah yang memiliki prospek untuk pengembangan ekonomi kecil.⁵⁴

Adapun Visi dan Misi BMT Mandiri Abadi Syariah yaitu:

Visi : Menjadi koperasi syariah yang Mandiri, Abadi, Profesional, dan Amanah mengutamakan Syariah untuk menghindari riba.

Misi :

1. Memajukan kesejahteraan ekonomi bagi anggota.
2. Membebaskan anggota dari cengkraman Rentenir dan Riba.
3. Memberi pelayanan terbaik kepada anggota.
4. Menghimpun Dana anggota untuk diberikan nilai tambah secara syariah.⁵⁵

Beberapa produk yang ada pada BMT Mandiri Abadi Syariah antara lain:

a. Produk Simpanan (*Funding*)

Koperasi syariah BMT Mandiri Abadi Syariah Medan memiliki beragam jenis produk yang ditawarkan kepada nasabah, sehingga memudahkan kepada calon nasabah yang ingin menabung, dapat menyesuaikan jenis tabungan apa yang hendak calon nasabah buat sesuai dengan keperluannya.⁵⁶

Jenis-jenis simpanan yang ditawarkan di BMT Mandiri Abadi Syariah Medan antara lain:

1) Simpanan *Wadiah*

Simpanan *Wadiah* adalah simpanan dengan akad *wadiah*/titipan sebagai media transaksional yang fleksibel, dapat ditarik dan disetor

⁵⁴Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

⁵⁵Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

⁵⁶Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

kapan saja sesuai kebutuhan, dengan berbagai nilai plus yang menguntungkan dan bagi hasil yang cukup tinggi.

Persyaratan untuk membuat simpanan *wadiah*, terdiri dari:

- a) Setoran sesuai dengan rencana anda minimum Rp.10.000 maksimum tidak terbatas.
- b) Nisbah 80:20 (BMT:Pembiayaan).
- c) Biaya Administrasi perbulan tidak ada/*free*.

2) Simpanan Berjangka

Simpanan berjangka adalah simpanan dengan akad *mudharabah*, memeberikan bagi hasil yang cukup besar dan fleksibel, aman, halal dan barokah karena dikelola murni secara syariah.

Persyaratan untuk membuat simpanan berjangka, yaitu:

- a) Minimal simpanan Rp.1.000.000, jangka waktu 6 bulan dan 72 bulan.
- b) Biaya administrasi perbulan tidak ada/*free*.

Untuk semua simpanan mengisi formulir pembukaan simpanan, dengan bukti identitas diri, yakni *Fotocopy* KTP/SIM/Kartu Pelajar + *Fotocopy* KRT + Pas Photo 2 Lembar.⁵⁷

b. Produk Pembiayaan (*Lending*)

Adapun produk pembiayaan yang ditawarkan BMT Mandiri Abadi Syariah antara lain:

1) *Murabahah*

Murobahah adalah pembiayaan dengan akad jual beli barang pada harga perolehan (harga pokok) ditambah keuntungan atau margin yang disepakati oleh kedua belah pihak (BMT dengan Anggota).

2) *Mudharabah*

Mudharabah adalah pembiayaan dengan akad kerjasama usaha/perniagaan antara BMT dengan anggota pengelola dana untuk diusahakan dengan porsi keuntungan atau margin akan dibagi bersama sesuai yang disepakati dimuka oleh kedua belah pihak (BMT dengan Anggota).

3) *Musyarakah*

Musyarakah adalah pembiayaan dengan akad kerjasama usaha/perniagaan antara BMT dengan anggota pengelola dimana masing-masing pihak berkontribusi modal dan keahliannya masing-masing, besaran nisbah bagi hasil disepakati dimuka oleh kedua belah pihak (BMT dengan Anggota).

4) *Ijarah*

Ijarah adalah pembiayaan dengan akad sewa atas manfaat dari sebuah *asset*, dengan tambahan keuntungan yang disepakati oleh kedua belah pihak (BMT dengan Anggota).

⁵⁷Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

5) *Ar-Rahn*

Ar-Rahn adalah pembiayaan dengan akad gadai dimana BMT tidak memperoleh apa-apa kecuali imbalan penyimpanan barang yang digadaikan.

6) *Qordul Hasan*

Qordul Hasan adalah pembiayaan dengan akad pinjaman dana kepada pihak yang dinilai layak untuk mendapatkannya, peminjam hanya berkewajiban membayar kembali pokok pinjamannya ini hanya untuk kaum dhuafa.⁵⁸

Adapun persyaratan secara umum untuk menjadi nasabah BMT Mandiri Abadi Syariah antara lain:

1. Telah terdaftar sebagai anggota selama 3 bulan.
2. Mengisi dan menandatangani Aplikasi Akad Pembiayaan.
3. *Fotocopy* KTP Pemohon + suami/istri + Kartu Keluarga.
4. Jaminan disesuaikan dengan besarnya nilai pembiayaan.⁵⁹

b. Struktur Organisasi, Gambaran Fisik Perusahaan Dan Deskripsi Tugas

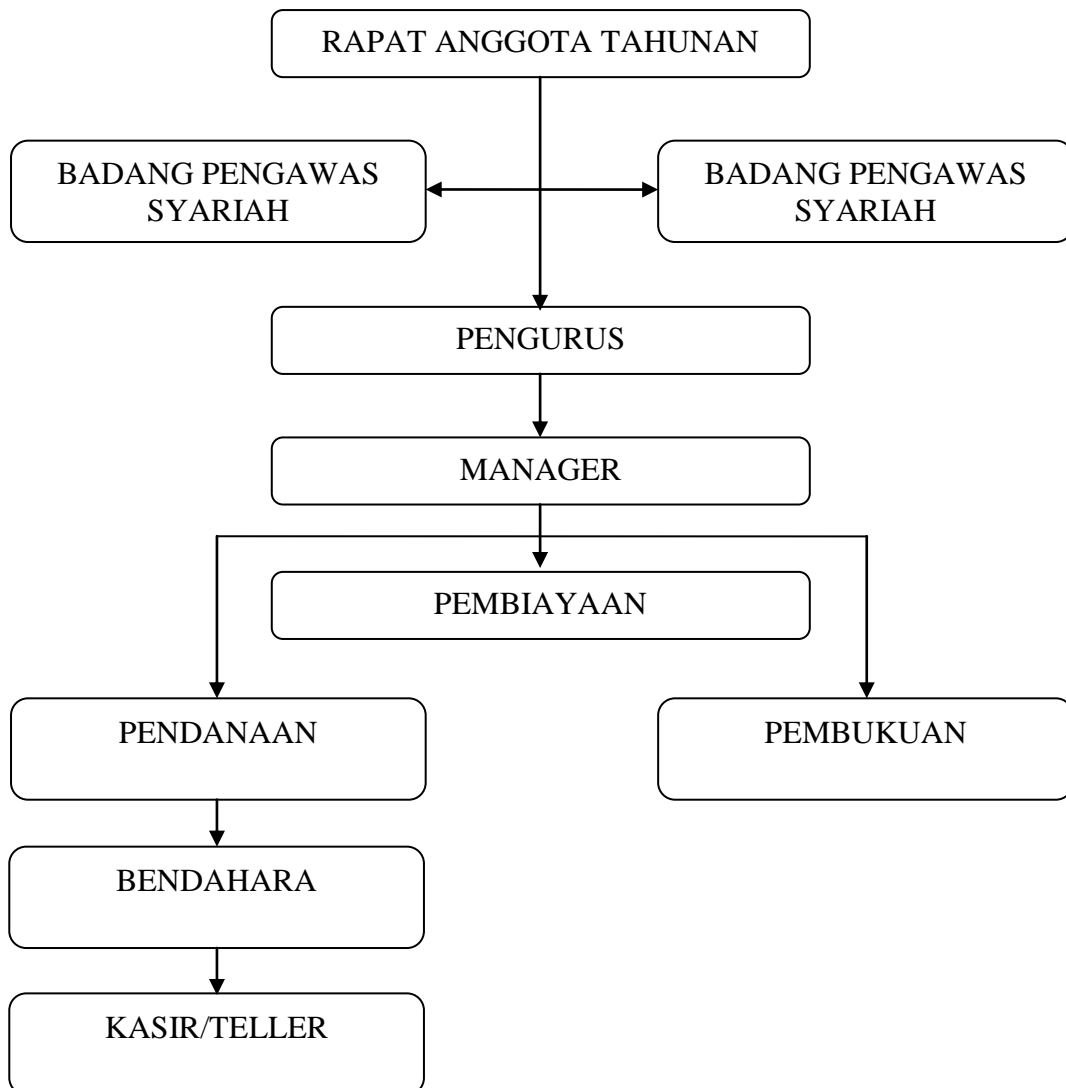
1) Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi adalah suatu susunan komponen-komponen atau unit-unit kerja dalam sebuah organisasi. Struktur organisasi menunjukkan bahwa adanya pembagian kerja dan bagaimana fungsi atau kegiatan-kegiatan berbeda yang dikoordinasikan. Selain itu struktur organisasi juga menunjukkan spesialisasi dari pekerjaan, saluran perintah ataupun penyampaian laporan. Komponen-komponen yang ada dalam organisasi mempunyai ketergantungan. Sehingga jika terdapat suatu komponen baik maka akan berpengaruh kepada komponen yang lainnya dan tentunya juga kepada organisasi tersebut. Oleh karena itu struktur organisasi perlu dirancang sedemikian rupa sehingga Sumber Daya Manusia yang telah tersedia dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya sekaligus sebagai sarana pengendalian intern melalui suatu sistem pembagian kerja yang serasi.

Berdasarkan penjelasan di atas maka struktur organisasi BMT Mandiri Abadi Syariah adalah sebagai berikut:

⁵⁸Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁵⁹Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.



Gambar 4.1
Struktur Operasi Perusahaan BMT Mandiri Abadi Syariah

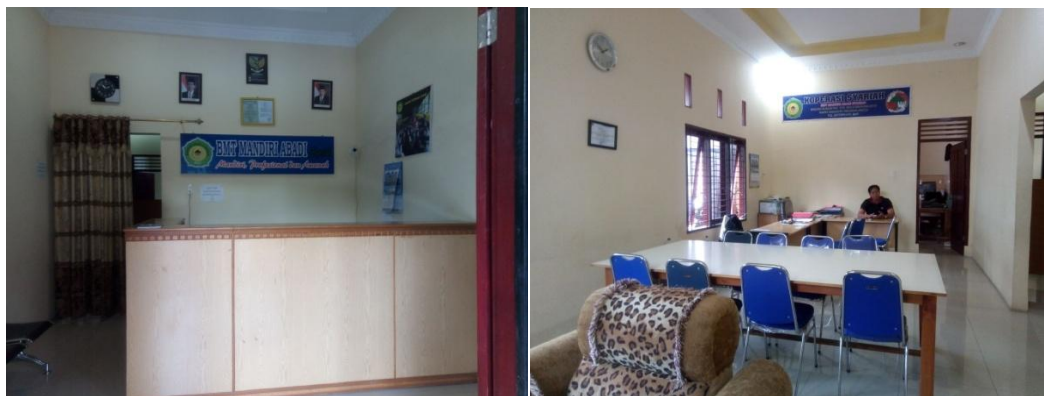
2) Gambaran Fisik BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan

BMT Mandiri Abadi Syariah adalah sebuah suatu usaha keuangan mikro syariah yang beralamat di Jl. Pelajar No.217 Kelurahan Binjai, Kecamatan Medan Denai, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan mempunyai 1 (satu) kantor yang berfungsi sebagai tempat atau pusat dari operasional penghimpunan dan penyaluran dana syariah. Berikut ini adalah gambaran fisik kondisi bangunan kantor, Sarana, dan Sumber Daya Manusia (SDM) BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan:



Gambar 4.2: Kondisi Bangunan Kantor BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dari jauh

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa kondisi bangunan kantor BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan terlihat masih layak sebagai tempat untuk melaksanakan operasional perusahaan. Halaman kantor yang cukup luas bisa dijadikan sebagai tempat parkir para pengunjung, kondisi kantor cukup bersih, desain kantor cukup menarik, meskipun kondisi jalan di depan kantor kurang bagus, namun secara keseluruhan kondisi perkantoran BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dapat dikategorikan layak pakai.



Gambar 4.3: Kondisi Di Dalam Kantor BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa kondisi dalam kantor BMT Mandiri Abadi Syariah cukup bersih dan nyaman untuk melakukan aktivitas perkantoran. Kondisi ruangan cukup luas, terdapat sebuah ruangan kasir an ruang tunggu nasabah yang disertai dengan fasilitas kipas angin dan televisi.



Gambar 4.4: Kondisi Sarana Kantor BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa kondisi sarana kantor BMT Mandiri Abadi Syariah cukup memadai, yaitu terdapat beberapa komputer dan printer sebagai alat pemberkasan dan penyimpanan data nasabah. Terdapat beberapa kursi tempat duduk yang cukup nyaman untuk diduduki ketika sedang mengantri maupun istirahat.



Gambar 4.5: Kondisi Sumber Daya Manusia BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa kondisi sumber daya manusia BMT Mandiri Abadi Syariah cukup memadai, dimana para karyawan sangat profesional dalam melaksanakan tugas masing-masing. Di samping umur para karyawan yang cukup beragam juga mempunyai perilaku yang sesuai dengan syariat Islam. Salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menjadi karyawan yaitu harus bisa membaca Al-Quran, mengerti tentang perekonomian Islam dan sebagainya.



Gambar 4.6: Kondisi Aktivitas BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa aktivitas operasional BMT Mandiri Abadi Syariah cukup tenang dan nyaman, dimana para karyawan sangat ramah dan perhatian terhadap para nasabah. Pada gambar tersebut dapat dilihat bahwa para karyawan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan sedang melayani nasabah yang membutuhkan pembiayaan pembelian sepeda motor dan barang-barang sembako.

3) Deskripsi Tugas/*Job Description*

a) Rapat Anggota Tahunan

Rapat Anggota Tahunan merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam koperasi. Di dalam rapat anggota koperasi, pembuatan program kerja koperasi tersebut dipegang langsung oleh kekuasaan tertinggi dalam koperasi.

Tugas Pokok Rapat Anggota Tahunan yaitu:

- 1) Menetapkan Anggaran Dasar/ART;
- 2) Menetapkan kebijakan umum di bidang organisasi, manajemen dan usaha koperasi;
- 3) Menyelenggarakan pemilihan, pengangkatan, pemberhentian, pengurus dan atau pengawas;
- 4) Menetapkan rencana kerja, rencana anggaran pendapatan dan belanja koperasi serta pengesahan laporan keuangan;
- 5) Mengesahkan laporan pertanggungjawaban pengurus dan pengawas dalam melaksanakan tugasnya;
- 6) Menentukan pembagian sisa hasil usaha
- 7) Menetapkan keputusan penggabungan, peleburan dan pembubaran koperasi.⁶⁰

⁶⁰Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

b) Dewan Pengawas Syariah

Dewan Pengawas Syariah merupakan lembaga yang memberikan fatwa, informasi dan pandangan-pandangan yang dianggap perlu dalam hal ketetapan pola, akad dan hansaksi-transaksi lainnya di koperasi syariah BMT Mandiri Abadi Syariah dengan syariah Islam sebagai dasar pedoman operasional.

Tugas Pokok Dewan Pengawas Syariah, yaitu:

- 1) Terdisposisikannya produk-produk BMT sesuai syariah;
- 2) Terevaluasinya program-program BMT;
- 3) Membantu pengelolaan dalam rangka sosialisasi ekonomi syariah kepada anggota khususnya dan masyarakat umumnya;
- 4) Melakukan evaluasi dan *monitoring* terhadap operasional BMT;
- 5) Memberikan rekomendasi terhadap kelayakan kerjasama dengan pihak ketiga, khususnya dalam hal kesesuaiannya dengan prinsip syariah.
- 6) Memberikan pandangan dan keputusan terhadap ketepatan produk-produk syariah BMT.
- 7) Mengadakan pengawasan langsung maupun berjenjang dalam hal operasional dan keuangan.⁶¹

c) Manager

Manager bertanggung jawab sebagai pengatur semua dalam seluruh kegiatan usaha pemasaran, persetujuan, ketepatan direksi dalam rangka pelaksanaan kegiatan penunjang perusahaan.

Tugas Pokok Manager yaitu:

- 1) Melaksanakan kebijakan umum yang telah dibuat pengurus dan disetujui Rapat Anggota.
- 2) Menyusun rancangan anggaran, dan rencana jangka pendek dan jangka panjang untuk selanjutnya disampaikan kepada pengurus untuk dibawa dalam Rapat Anggota.
- 3) Terarsipkannya seluruh dokumen-dokumen, surat-surat serta notulen rapat secara baik.
- 4) Menyetujui pembiayaan yang jumlahnya tidak melampaui batas wewenang manajemen.
- 5) Menandatangani dan menyetujui permohonan pembiayaan sesuai batas wewenang.
- 6) Melakukan pemantauan dan pengawasan terhadap operasional BMT Mandiri Abadi Syariah.
- 7) Meningkatkan pendapatan dan menekan biaya.

⁶¹Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

- 8) Mengusulkan kepada pengurus tentang penambahan, pengangkatan, pemberhentian, karyawan sesuai dengan kondisi dan kebutuhan operasional BMT Mandiri Abadi Syariah.
- 9) Terselenggaranya absensi kehadiran karyawan dan didokumentasikan untuk penilaian.
- 10) Menyelesaikan secepatnya apabila ada masalah yang berkaitan dengan mitra.⁶²

d) Pembiayaan

Pembiayaan bertanggung jawab untuk melakukan proses pembiayaan dan membuat akad pembiayaan serta surat-surat perjanjian lain.

Tugas Pokok Pembiayaan yaitu:

- 1) Melayani pengajuan pembiayaan para anggota dan mitra.
- 2) Membantu menyelesaikan pembiayaan bermasalah.
- 3) Memastikan analisis pembiayaan telah dilakukan sesuai prosedur.
- 4) Mengarsipkan seluruh berkas pembiayaan.
- 5) Mendata jaminan pembiayaan.
- 6) Membuat surat teguran dan peringatan kepada mitra yang telah jatuh tempo.
- 7) Mengontrol masa berlakunya persyaratan permohonan pembiayaan.
- 8) Membuat laporan pembiayaan bulanan.⁶³

e) Pembukuan

Pembukuan bertanggung jawab untuk mengelola administrasi keuangan hingga sampai laporan keuangan.

Tugas Pokok Pembukuan yaitu:

1. Membuat laporan keuangan BMT Mandiri Abadi Syariah.
2. Mengarsipkan laporan keuangan dan berkas-berkas yang berkaitan dengan keuangan.
3. Menyediakan data-data yang dibutuhkan untuk analisis keuangan BMT Mandiri Abadi Syariah.
4. Menerbitkan laporan keuangan atas persetujuan Manager.⁶⁴

⁶²Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁶³Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁶⁴Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

f) Bendahara

Bendahara bertanggung jawab dalam melakukan pengelolaan keuangan BMT secara keseluruhan di luar unit-unit yang ada.

Tugas Pokok Bendahara yaitu:

1. Mengeluarkan laporan keuangan BMT kepada pihak yang berkepentingan.
2. Membuat laporan keuangan BMT (simpan pinjam dan sektor riil).
3. Melakukan analisis bila diperlukan dan memberikan masukan pada Rapat Badan Pengurus mengenai perkembangan BMT dari hasil laporan keuangan yang ada.
4. Memberikan laporan mengenai perkembangan simpanan wajib dan simpanan pokok anggota.
5. Melakukan evaluasi terhadap perkembangan simpanan pokok dan wajib.
6. Mendata ulang anggota yang masih belum melunasi kewajibannya dalam menyetor simpanan pokok dan simpanan wajib.
7. Melakukan koordinasi dengan sekretaris bila diperlukan mengenai kondisi anggota.⁶⁵

g) *Teller/Kasir*

Teller/Kasir bertanggung jawab dalam pengendalian dan mengatur semua proses yang berkaitan dengan pembiayaan serta transaksi sampai persiapan alat bantu transaksi.

Tugas Pokok *Teller/Kasir* yaitu:

1. Mengatur proses pembukaan dan pembuatan buku tabungan anggota baru.
2. Mengatur proses persiapan mulai dan pengajuan uang untuk transaksi harian sampai persiapan alat bantu transaksi.
3. Merekap data-data yang diberikan *Account Officer* kepada *teller*.
4. Menyusun laporan atau berkas ke dalam *database* anggota.
5. Melayani anggota dalam pembayaran dan penerimaan uang tunai dan tidak tunai (*cek/ giro*).⁶⁶

⁶⁵Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁶⁶Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

2. Implementasi Produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan

a. Produk Simpanan

1) Simpanan *Wadiah* (Simpanan Dengan Akad Titipan)

Prinsip utama sistem operasional pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan bersumber dari Al-Qur'an dan Al Hadist. Kegiatan operasional pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan harus memperhatikan larangan dari kedua sumber tersebut. Larangan terutama berkaitan dengan kegiatan yang dapat diklasifikasikan sebagai riba. Dalam menjalankan operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga dalam menentukan sistem imbalan atas dana yang digunakan atau dititipkan oleh suatu pihak. Simpanan *Wadiah* merupakan realisasi dari penghimpunan dana yang dilakukan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan untuk menyalurkan dana kepada masyarakat melalui pembiayaan.⁶⁷ Untuk mengetahui lebih mendalam tentang sistem operasional produk simpanan *wadiah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan akan dijelaskan sebagai berikut:

a) Sistem Operasional Penghimpunan Dana Simpanan *Wadiah*

Simpanan *wadiah* adalah salah satu produk penghimpunan dana yang dikeluarkan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dan merupakan salah satu jenis simpanan dengan menggunakan akad *Wadiah* (Titipan). Penyetoran simpanan ini dilakukan setiap bulan dan pengambilannya pada saat tertentu sesuai dengan waktu yang telah disepakati (tidak dapat diambil sewaktu-waktu). Dana yang terhimpun akan diinvestasikan secara produktif dalam bentuk pembiayaan kepada berbagai jenis usaha yang prospektif kepada usaha kecil menengah.

Dalam bentuk penggalangan dana pihak ketiga yakni masyarakat dan anggota BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan, produk ini dilayani dengan 2 cara, pertama anggota atau calon anggota datang sendiri, kedua staf *marketing* melakukan jemput bola kepada anggota atau calon anggota, hal ini dilakukan untuk memberikan kemudahan kepada nasabah.⁶⁸

⁶⁷Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁶⁸Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

Di dalam lembaga keuangan syariah akan terlibat dengan berbagai jenis kontrak perdagangan syariah. Semua elemen kontrak sudah pasti mempunyai asas dan prinsip yang jelas secara syariah. Penyaluran dana pada produk simpanan *wadiah* menggunakan akad *wadiah*, dimana titipan nasabah yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat apabila nasabah bersangkutan menghendaki. BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan bertanggung jawab atas pengembalian titipan. Kehadiran produk ini diharapkan mampu menjadi inovasi yang segar dan berkualitas sehingga siap jual dan mampu bersaing dengan produk sejenis pada lembaga keuangan yang lain. Pada gilirannya simpanan *wadiah* diharapkan banyak menarik minat untuk menabung di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.⁶⁹

b) Sistem Operasional Penerapan Akad Wadiah pada Produk Simpanan Wadiah

Wadiah adalah titipan nasabah yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat apabila nasabah bersangkutan menghendaki. BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan bertanggung jawab atas pengembalian titipan. Produk simpanan wadiah ini menggunakan wadiah *yad dhamannah* pengertiannya adalah titipan barang atau harta yang diamanatkan kepada orang lain untuk dijaga tetapi sipenerima titipan boleh menggunakan barang atau harta tersebut untuk dikelola supaya mendapatkan keuntungan dari barang atau harta yang telah dikelola tersebut. Dalam kerangka penyerahan dana *wadiah* ini, atas seizin BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dapat mengelola titipan dalam tujuan komersial, sehingga bila kemudian diperoleh keuntungan, BMT dapat memberikan bonus yang sebesar-besarnya tidak boleh ditetapkan secara pasti dimuka dengan dikalkulasi angka-angka rupiah atau prosentase atas nilai pokok dana *wadiah*.⁷⁰

Dana simpanan *wadiah* dicatat sesuai dengan besar jumlah dana disaat terjadi transaksi. Penerimaan yang diperoleh atas pengelola dana titipan diakui sebagai pendapatan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dan bukan berupa

⁶⁹Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁷⁰Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

unsur keuntungan yang harus dibagikan. Pengakuan bonus dalam transaksi produk simpanan *wadiah* sebagai berikut:

1. Pemberitahuan bonus kepada nasabah diakui sebagai beban pada saat terjadinya.
2. Penerimaan bonus dari penempatan dana pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan diakui sebagai pendapatan pada saat kas diterima.
3. Penerimaan bonus dari penempatan dana simpanan *wadiah*.
4. Pengukuran dana simpanan *wadiah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.⁷¹

c) Mekanisme Pada Produk Simpanan *Wadiah*

Dalam produk simpanan *wadiah* tidak terdapat riba karena menggunakan akad *wadiah yad dhamannah* dimana barang yang dititipkan boleh digunakan untuk dikelola supaya mendapatkan keuntungan dari barang atau harta yang dikelola tersebut. Maka dari itu, apabila pengelola mendapatkan keuntungan dari barang atau harta yang dikelola tersebut. Maka dari itu apabila pengelola mendapatkan keuntungan bisa dibagikan kepada yang menitipkan hartanya di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan khususnya pada produk simpanan *wadiah* dalam bentuk bonus. Oleh karena itu, bonus ini kemudian diwujudkan dalam bentuk hadiah.⁷²

Persyaratan yang harus dipenuhi dalam membuat suatu simpanan *wadiah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah:

1. Setoran sesuai dengan rencana nasabah, minimal Rp.10.000,- dan maksimum tidak terbatas;
2. Nisbah atau bagi hasil adalah untuk BMT sebesar 80% dan untuk nasabah 20%;
3. Biaya administrasi perbulan tidak ada/ *free*.⁷³

⁷¹Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁷²Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁷³Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

2) Simpanan Deposito *Mudharabah* (Simpanan Berjangka)

Kini banyak masyarakat yang menganggap bahwa BMT sama dengan Koperasi Konvensional, dalam hal pembukaan Rekening Deposito *Mudharabah*. Tentunya dalam BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan tidak Rumit. Hasil wawancara prosedur pembukaan dan penutupan Simpanan berjangka *Deposito Mudharabah* adalah:

*“Prosedur Pembukaan pada Simpanan Mudharabah berjangka pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan ini tidak rumit, anggota hanya mengisi Aplikasi formulir Permohonan Pembukaan Rekening Tabungan yang telah disiapkan oleh lembaga, dan pengisiannya harus sesuai dengan identitas KTP Calon Anggota. Dalam Formulir juga tercantumkan Ahli waris, yang akan diwariskan kepada siapa tabungan tersebut. Dalam awal pembukaan Deposito Calon Anggota tidak dikenakan biaya administrasi. Pada prosedur penutupan pun akan secara otomatis ditutup dengan syarat penutupan harus dengan pemilik tabungan deposito atau deposan.”*⁷⁴

Prosedur yang dilakukan pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan tidak sulit, dari awal pembukaannya, proses pembukaannya pun jelas dan tidak lama, karena proses pembukaan bisa dilakukan dengan perorangan. Adapun dalam pembukaan Deposito *Mudharabah* pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan memiliki syarat-syarat tertentu di antaranya sebagai berikut:

*“Syarat-syarat yang diperlukan dalam pembukaan prosedur Simpanan Mudharabah Berjangka (Deposito Mudharabah) pada perorangan yaitu melampirkan Fotokopi KTP/SIM/Kartu Pelajar, fotokopi KRT, dan disertai dengan 2 lembar Pasphoto berwarna”.*⁷⁵

Syarat-syarat inilah yang harus dipenuhi oleh Calon Anggota BMT. Sehingga BMT akan merasa percaya diri dalam mengelola dana yang di simpan oleh Anggota tersebut. Batas Minimum saldo awal Pembukaan Simpanan Berjangka Deposito *Mudharabah* tiap BMT akan memiliki ketentuan masing-masing, berikut Hasil Wawancara mengenai Batas Minimum Saldo Awal Pembukaan Simpanan Berjangka Deposito *Mudharabah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan yaitu:

⁷⁴Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁷⁵Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

“Batas minimum setoran pada deposito mudharabah di sini adalah Rp. 1.000.000,00 dan jangka waktu yang digunakan adalah 6 bulan dan 12 bulan, dan mendapatkan bagi hasil yang sesuai dengan pendapatan BMT. Jangka waktu yang digunakan dalam deposito mudharabah disini adalah sesuai dengan keinginan Anggota, menginginkan jangka waktu 6 bulan atau 12 bulan.”⁷⁶

Ketentuan batasan Minimum pembukaan saldo awal pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah senilai Rp. 1.000.000,00. Jangka waktu yang diterapkan di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan sesuai dengan keinginan anggota. Berapa lama jangka yang diinginkan anggota, BMT akan leluasa melakukan investasi dana anggota tersebut. Jangka waktu penarikan Simpanan Berjangka Deposito *Mudharabah* seharusnya sesuai dengan jangka jatuh tempo yang telah ditetapkan oleh anggota, berikut Hasil wawancara mengenai Jangka waktu Penarikan Simpanan Berjangka Deposito *Mudharabah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan yaitu:

“Batas maksimum penarikan dana anggota adalah sesuai dengan jangka jatuh tempo dari simpanan deposito mudharabah. Jadi kalau ada anggota yang menghimpun dananya dengan akad deposito mudharabah dengan jangka waktu 6 bulan maka penarikan dananya pada tanggal jatuh tempo anggota menghimpun dana. Apabila dalam 6 bulan dana tidak diambil maka akan diperpanjang jangkanya secara otomatis, 6 bulan lagi perpanjangannya dan apabila sebelum jatuh tempo dana anggota diambil maka anggota akan dikenakan pinalty atau denda. Pinalty yang diterapkan dalam BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah apabila anggota menarik dananya sebelum jatuh tempo, maka pembagian hasilnya tidak boleh diambil, yang diambil hanya dana yang disimpan selama 6 bulan.”⁷⁷

Dana anggota yang dihimpun dalam BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dengan jangka yang panjang, maka dana tersebut dengan leluasa akan digunakan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan untuk menginvestasikan kepada calon anggota yang membutuhkan dana. Dan apabila anggota deposan mengambil dananya sebelum jatuh tempo akan dikenakan *pinalty* atau denda, dengan tidak diberikan bagi hasil pada waktu itu, karena dana

⁷⁶Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁷⁷Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

anggota deposit yang disimpan di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan diinvestasikan dan kadang dalam penginvestasikan ada dana yang macet. Oleh sebab itu dana yang apabila anggota mengambil dananya sebelum jatuh tempo bagi hasilnya tidak akan diberikan kepada Anggota deposit. Tetapi sebaliknya, apabila deposit mengambil dananya sesuai jatuh tempo maka BMT akan memberikan bagi hasil kepada deposit sesuai dengan pendapatan BMT.⁷⁸

Nisbah bagi hasil pada Simpanan Berjangka Deposito *Mudharabah* setiap Lembaga Keuangan Syariah memiliki porsi masing-masing, biasanya dalam pembagian nisbah bagi hasil itu akan dibagi sesuai dengan kesepakatan antara BMT dan Calon Anggota, berikut Hasil wawancara mengenai Nisbah Bagi Hasil di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah:

*“Nisbah bagi hasil yang diberikan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan kepada anggota itu akan diberikan secara otomatis, tetapi dalam perhitungannya sebenarnya kami memiliki penutan atau ketentuan tersendiri, diantaranya memakai prosentase keuntungan nasabah pada jangka waktu 6 bulan nisbah yang diberikan 65,7%, 12 bulan 70%, ketentuan tersebut yang diberikan oleh BMT. Jadi kami mengitung dari hasil keuntungan yang kami peroleh, dan dalam perhitungan itu akan dihitung secara otomatis langsung dalam komputer.”*⁷⁹

Nisbah bagi hasil tersebut akan di berikan secara langsung secara otomatis akan masuk ke rekening penabung, setiap anggota deposit akan diberikan warkat dari BMT masing-masing, dan warkat tersebut setiap BMT memiliki bentuk masing-masing, warkat tersebut berisi tentang nama deposit, alamat, terbilang, jangka waktu, tanggal penyimpanan, tanggal jatuh tempo, besar bagi hasil, Pembayaran Bagi Hasil dan sistem Perpanjangan, yang kemudian warkat tersebut ditandatangani oleh Petugas, kemudian warkat diberikan kepada Anggota gunanya untuk bukti penarikan, atau syarat untuk menarik dananya dengan menunjukkan warkat tersebut. Setiap anggota selain diberikan warkat juga diberikan buku tabungan, buku tabungan tersebut digunakan untuk penyimpanan bagi hasil dari

⁷⁸Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁷⁹Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

deposito *mudharabah*, jadi bagi hasil akan secara langsung masuk ke rekening tabungan deposan masing-masing.

b. Produk Pembiayaan

1) *Murabahah* (Pembiayaan Dengan Akad Jual Beli Barang)

Akad *Murabahah* pada pembiayaan di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan pada praktiknya sudah diterapkan. Didalam fitur dan mekanisme pembiayaan *murabahah* ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Akad *murabahah* digunakan untuk memfasilitasi anggota BMT dalam melakukan pembelian kebutuhannya seperti: rumah, kendaraan, elektronik, *furniture*, pengadaan barang dagangan, bahan baku atau bahan pembantu produksi dan barang lainnya yang tidak bertentangan dengan syariah.
2. Mekanisme pelaksanaan skema pembiayaan *murabahah* BMT boleh menunjuk bagian pembiayaan BMT sebagai *supplier* atas barang yang dibeli anggota dimana BMT akan mentransfer/menyetorkan dana pembelian barang langsung ke bagian pembiayaan BMT.
3. BMT dapat mewakili pembelian barang tersebut pada bagian pembiayaan dengan cara memberikan akad *wakalah* jika bagian pembiayaan tidak memiliki stok barang, setelah secara prinsip barang menjadi milik BMT maka baru dilaksanakan akad jual beli *Murabahah*.
4. Kemudian Anggota yang mengajukan pembiayaan harus *baligh* atau cakap hukum dan mempunyai kemampuan membayar.
5. Harga jual ditentukan di depan pada awal perjanjian dan tidak boleh berubah selama jangka waktu pembayaran angsuran termasuk jika dilakukan perpanjangan waktu.
6. BMT dapat meminta uang muka (*Urbun*) jika diperlukan, uang muka merupakan pengurang dari kewajiban anggota kepada koperasi. Besar uang muka relatif berdasarkan kesepakatan.
7. Jangka waktu diupayakan tidak melebihi 1 (satu) tahun, jika lebih harus dikeluarkan SK dari pengurus.
8. Jika anggota melakukan ingkar janji dalam pembayaran angsurannya maka BMT berhak mengenakan denda, kecuali disebabkan adanya musibah.
9. Jika anggota melunasi kewajibannya sebelum jatuh tempo, kepadanya dapat diberikan "*Muqassah*" atau potongan margin berdasarkan kebijakan Manajemen BMT.
10. BMT diperbolehkan untuk meminta jaminan kepada anggota atas piutang *murabahah*.⁸⁰

⁸⁰Nur Syamsudin Buchori, *Koperasi Syariah Teori dan Praktik*, (Tangerang Selatan: Pustaka Afa Media, Cet ke-1, 2012), h. 25-26.

Ini terbukti bahwa pembiayaan *Murabahah* dilakukan dengan akad jual beli dengan beberapa ketentuan dan kesepakatan yang berlaku antara nasabah dan pihak BMT. Misalnya dalam penentuan margin keuntungan pada hal ini antara nasabah dan BMT saling sepakat. Dalam hal ini pembayaran pembiayaan *Murabahah* menggunakan sistem angsuran sesuai keinginan nasabah akan mengangsur dan disampaikan pada awal perjanjian serta adanya kesepakatan.

Dalam pemberian pembiayaan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan memiliki tahap-tahap yang sudah dirancang sedemikian rupa untuk mempermudah dalam proses pemberian pembiayaan bagi calon penerima fasilitas pembiayaan. Pada pemberian pembiayaan *murabahah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan juga menggunakan prinsip dasar pemberian pembiayaan dengan menggunakan aspek penilaian 5C dan 7P seperti bank maupun lembaga keuangan pada umumnya. Diantaranya 5C adalah *Character, Capacity, Capital, Collateral, Condition* sedangkan 7P yaitu, *Personality, Party, Perpose, Prospect, Payment, Profitability, Protection*.⁸¹

BMT dalam hal ini harus merasa yakin bahwa pembiayaan yang diberikan benar-benar akan kembali dengan melakukan penilaian. Tujuan penilaian tersebut adalah agar BMT yakin bahwa pembiayaan yang diberikan benar-benar aman. Dalam melakukan penilaian kriteria-kriteria serta aspek penilaiannya tetap sama. Begitu pula dengan ukuran-ukuran yang ditetapkan sudah menjadi standar penilaian setiap bank maupun lembaga keuangan lainnya. Di dalam proses pembiayaan *murabahah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan terdapat 3 rukun *murabahah* yaitu: orang yang berakad (penjual dan pembeli), yang diakadkan (harga dan barang yang diakadkan), *sighat* (ijab dan qabul).⁸²

Praktik Pembiayaan *Murabahah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan belum 100% sempurna dalam menerapkan kaidah-kaidah yang berlaku dalam akad *murabahah*, misalnya dalam pembelian barang yang seharusnya pihak BMT yang seharusnya menyediakan barang yang dibutuhkan oleh nasabah,

⁸¹Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁸²Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

kemudian nasabah membayar atas barang tersebut dengan cara mengangsur. Namun disini BMT sering mewakili pembelian barang tersebut kepada nasabah itu sendiri dengan tujuan untuk mempermudah dalam proses pemberian pembiayaan. Caranya dengan pihak nasabah dan pihak BMT bersama-sama datang ke toko yang dimaksudkan oleh nasabah untuk membelikan barang yang diinginkan oleh nasabah tersebut. Namun hal tersebut masih bisa dimaklumi dalam artian masih berjalan dalam koridor yang tidak menyimpang.⁸³

Adapun prosedur pemberian pembiayaan *murabahah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan yaitu:⁸⁴

a) Pengajuan pembiayaan oleh calon nasabah

Dalam hal ini pemohon mengajukan permohonan pembiayaan yang dituangkan dalam suatu proposal. Kemudian dilampiri dengan berkas-berkas yang ditentukan. Pengajuan pembiayaan biasanya berupa wawancara oleh pihak pemohon dengan pengelola BMT khususnya bagian pembiayaan yang berisi:

- a. Latar belakang pemohon seperti riwayat hidup singkat (nama dan alamat), jenis usaha yang dijalankan dan lainnya.
- b. Maksud dan tujuan dari mengajukan pembiayaan tersebut, apakah untuk memperbesar usaha atau meningkatkan kapasitas produksi atau mendirikan cabang baru (perluasan) serta tujuan lainnya kemudian produk pembiayaan mana yang sesuai untuk diajukan.
- c. Besarnya pembiayaan dan jangka waktu. Dalam hal ini pemohon menentukan besarnya jumlah pembiayaan yang ingin diperoleh dan jangka waktu pembiayaannya.

b) Pengajuan dengan melampiri berkas-berkas yang sudah ditentukan, diantaranya:

1. Mengisi formulir pembiayaan;
2. Fotocopy KTP suami dan istri;
3. Fotocopy KK (kartu keluarga);

⁸³Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁸⁴Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

4. Fotocopy keterangan domisili;
 5. Jaminan berupa sertifikat/BPKB:
 - a. Bila sertifikat disertai fotocopy bukti PBB;
 - b. Bila BPKB disertai fotocopy STNK;
 6. Surat kuasa jika diperlukan;
 7. Surat pendapatan slip gaji pegawai;
 8. Surat pendapatan bersih bagi pedagang;
- c) Penyelidikan berkas-berkas

Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah berkas yang diajukan sudah lengkap sesuai persyaratan dan sudah benar, termasuk menyelidiki keabsahan berkas. jika menurut pihak BMT belum lengkap atau belum cukup, maka nasabah diminta untuk segera melengkapi kekurangan tersebut.

- d) Dilakukan *survey*

Merupakan penyidikan kepada pemohon dengan melakukan pemeriksaan kelengkapan untuk mengetahui secara langsung kondisi usaha, karakter pemohon dan *checking* kebenaran data yang disampaikan serta meninjau berbagai obyek baik dari usaha yang dijalankan atau jaminan.

- e) Pengolahan data

Dalam hal ini pihak BMT meneliti lagi berkas-berkas yang diajukan pemohon, dan membandingkan informasi yang diberikan pemohon dari hasil wawancara dan *survey* lalu menganalisa dan mempertimbangkan apakah pemohon layak untuk diberikan pembiayaan atau tidak.

- f) Putusan pengajuan antara ditolak, diterima atau ditunda

Keputusan pembiayaan dalam hal ini adalah untuk menentukan apakah pembiayaan akan diberikan atau ditolak, jika diterima maka dipersiapkan administrasinya. Biasanya keputusan pembiayaan yang akan diumumkan mencakup:

1. Jumlah uang yang diterima;
2. Jangka waktu pembiayaan;

3. Biaya-biaya yang harus dibayar;
4. Waktu pencairan pembiayaan.

Sedangkan pembiayaan yang ditolak akan dikirim surat penolakan sesuai alasan masing-masing.

g) Penandatanganan akad pembiayaan/perjanjian lainnya

Kegiatan ini merupakan kelanjutan dari diputuskannya pembiayaan, maka sebelum pembiayaan dicairkan terlebih dahulu pemohon dan pengelola BMT yang berwenang (biasanya kepala operasional dan bagian pembiayaan) menandatangani akad pembiayaan, mengikat jaminan dan surat perjanjian atau pernyataan yang dianggap perlu.

h) Realisasi pembiayaan

Realisasi pembiayaan diberikan setelah penandatanganan akad pembiayaan dan surat-surat yang diperlukan serta menjadi anggota BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dengan membuka rekening tabungan. Karena salah satu syarat pembiayaan di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah menjadi anggota BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

i) Pengarsipan agunan, akad, dan lampiran-lampiran

Data serta berkas peminjam yang terdiri agunan, akad, dan lampiran lainnya diarsip dan diamankan agar sesuatu yang tidak diinginkan misalnya hilang tidak terjadi.

2) *Mudharabah* (Pembiayaan Usaha)

Mudharabah adalah pembiayaan dengan akad kerjasama usaha/perniagaan antara BMT dengan anggota pengelola dana untuk diusahakan dengan porsi keuntungan atau margin akan dibagi bersama sesuai dengan yang disepakati di muka oleh kedua belah pihak (BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dengan anggota). Pembiayaan modal kerja di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja atau investasi yang

digunakan untuk usaha seperti pembelian bahan dagangan, penambahan bahan baku produksi, dan pembelian alat-alat kerja.⁸⁵

Pembiayaan modal kerja yang ditetapkan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan memiliki 2 akad yaitu akad *Mudharabah* (bagi hasil) dan akad *Murabahah* (jual-beli). Akan tetapi pada kenyataannya hanya produk pembiayaan modal kerja yang berakad *Mudharabah* lah yang sering digunakan. Kenapa produk pembiayaan modal kerja yang berakad *Mudharabah* ini yang sering digunakan? Pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan menjelaskan sebagian besar penyimpulan dari proses negosiasi antara pihak BMT dengan nasabah atau anggota mengarahkan nasabah dengan fasilitas pembiayaan yang berakad *Mudharabah* saat pengajuan pembiayaan. Di samping itu kekurangan SDM (Karyawan) juga menjadikan kendala dalam mengembangkan pembiayaan modal kerja dengan akad *Mudharabah*.⁸⁶

Sebagai lembaga keuangan nonbank BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan selalu menerapkan prinsip kehati-hatian dalam pemberian pembiayaan kepada calon anggota. Proses analisa yang baik juga akan menghasilkan anggota yang baik yang mampu memenuhi kewajibannya untuk melakukan pelunasan pembiayaan. Hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan pembiayaan modal kerja kepada calon anggota adalah melihat prospek usaha yang dimiliki oleh anggota, usaha yang dikerjakan juga usaha yang penghasilannya tetap setiap bulannya.

Mekanisme akad *Mudharabah* pada produk pembiayaan modal kerja di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah sebagai berikut:⁸⁷

1. Pengajuan permohonan

Anggota atau calon anggota mengisi formulir dan memenuhi persyaratan pembiayaan modal kerja *Mudharabah*. Anggota harus

⁸⁵Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁸⁶Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁸⁷Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

mempunyai usaha dan memiliki agunan untuk dijaminkan kepada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

2. Analisa 5C

Setelah pengajuan permohonan pembiayaan dari anggota, selanjutnya pengelola BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan melakukan analisa pembiayaan dengan memperhatikan faktor 5C, yaitu:

a. *Character* (sifat)

Character merupakan sifat atau watak seseorang. Sifat atau watak dari seseorang yang akan diberikan kredit benar-benar harus dipercaya, anggota atau calon anggota harus memiliki reputasi yang baik.

b. *Capacity* (kemampuan)

Capacity adalah analisis untuk mengetahui kemampuan nasabah untuk membayar angsuran. Pendapatan yang meningkat diharapkan agar anggota mampu mengembalikan jumlah pembiayaan.

c. *Capital*

Capital adalah kondisi kekayaan yang dimiliki oleh usaha yang dikelola oleh anggota atau calon anggota.

d. *Condition*

Pembiayaan yang diberikan juga perlu pertimbangan kondisi ekonomi yang dikaitkan dengan prospek usaha calon anggota.

e. *Collateral*

Collateral adalah jaminan yang diberikan calon anggota baik secara fisik atau pun non fisik. Jaminan hendaknya melebihi jumlah pembiayaan yang diberikan.

3. Proses Akad

Setelah melakukan analisa pembiayaan, *manager* menjelaskan akad pembiayaan kepada calon anggota. Setelah calon anggota memahami dan sepakat dengan akad tersebut maka calon anggota menandatangani

akad yang telah dibuat oleh admin BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

a. Proses Pencairan

Pencairan dana pembiayaan secara tunai diserahkan langsung kepada anggota pembiayaan setelah anggota menandatangani akad pembiayaan *Mudharabah*.

b. Pembayaran Angsuran

Anggota pembiayaan modal kerja *Mudharabah* dapat memilih sistem angsuran harian, mingguan, ataupun bulanan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Anggota dapat melunasi pembiayaan sebelum jatuh tempo.

Anggota pembiayaan *Mudharabah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan lebih banyak dibandingkan dengan produk pembiayaan lain yang ditawarkan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Kemudahan proses transaksi menjadi alasan bagi anggota memilih produk pembiayaan tersebut. Pembiayaan *Mudharabah* di bawah Rp. 1.000.000 tidak memerlukan jaminan, dan dapat langsung cair saat itu juga. Pembiayaan Rp. 2.000.000-Rp. 5.000.000 menggunakan jaminan BPKB sedangkan lebih dari Rp.20.000.000 menggunakan jamina sertifikat dengan nisbah bagi hasil 2% dari jumlah pembiayaan.⁸⁸

Persyaratan permohonan pembiayaan *Mudharabah* adalah sebagai berikut:

- a. Jujur dan Amanah;
- b. Mempunyai usaha atau sumber pendapatan yang jelas;
- c. Bersedia menjadi anggota BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan;
- d. Fotocopy KTP Suami, Istri, KK, Surat Nikah (2 Lembar);
- e. Fotocopy Surat Jaminan (2 Lembar);
- f. Fotocopy KTP Suami dan atas nama Jaminan, KK (2 Lembar);
- g. Mengisi formulir pembiayaan yang disediakan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan;

⁸⁸Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

h. Bersedia disurvey usaha, rumah dan bersedia mematuhi peraturan.⁸⁹

3) *Musyarakah* (Pembiayaan dengan Pengabungan Modal)

Adapaun mekanisme akad pembiayaan *musyarakah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah sebagai berikut:⁹⁰

a) Pengajuan Pembiayaan

Pada tahap ini nasabah datang langsung ke BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan untuk mengajukan permohonan pembiayaan *musyarakah*. Dari pengajuan permohonan pembiayaan *musyarakah* tersebut nasabah mengisi formulir permohonan pembiayaan. Dimana dalam formulir tersebut terdapat data pemohon, data pembiayaan, data pekerjaan, data untuk wirausaha, nasabah menjelaskan kebutuhan dana sebagai modal kerja. Data jaminan, yang menjadi jaminan dalam pembiayaan *musyarakah*. Seperti contohnya jaminan tersebut berupa BPKB kendaraan, atau tanah, rumah, kantor atau toko. Kemudian formulir tersebut diserahkan kepada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan beserta kelengkapan administrasi seperti KTP, KK, Surat Nikah, Buku Tabungan ATM dan dokumen pendukung lainnya). Kemudian formulir tersebut diserahkan kepada *marketing* yang menanganinya beserta dengan syarat-syaratnya untuk kemudian di proses lebih lanjut.⁹¹

b) Pemeriksaan

Setelah nasabah telah melengkapi semua persyaratan administrasi. Selanjutnya pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan menindak lanjuti pengajuan pembiayaan dengan mensurvey ke tempat nasabah dengan melakukan identifikasi melalui pihak ketiga (tetangga terdekat nasabah). *Survey* tersebut dilakukan dengan tujuan untuk data-data atau informasi yang terkait pengajuan pembiayaan tersebut apakah sudah layak

⁸⁹Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁹⁰Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁹¹Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

untuk diberi pinjaman atau belum. Selanjutnya melakukan pendataan terhadap anggungan serta kelayakan terhadap usaha nasabah. Ketika *Survey* yang dilakukan pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan ada 2 macam yaitu *survey* tempat tinggal dan *survey* tempat usaha nasabah. Ketika mensurvei tempat tinggal pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan akan mencari data melalui pihak ketiga yaitu kerabat atau tetangga yang mengetahui katakter dari calon nasabah. Kemudian *survey* ke tempat usaha calon nasabah. Dari *survey* tersebut kemudian pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan melakukan evaluasi kelayakan pembiayaan yang diajukan nasabah dengan menggunakan 5 C (*character, capacity, capital, commitmen, dan collateral*). Dari survey dan analisa tersebut dapat diketahui layak atau tidaknya calon nasabah untuk mendapatkan pembiayaan. Dalam analisa yang memutuskan nasabah tersebut mendapatkan pembiayaan adalah dengan hasil musyawarah pihak komite.⁹²

c) Persetujuan pembiayaan

Setelah pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan mendapatkan data-data dari lapangan kemudian pihak komite dan pengelolanya menganalisa dan memusyawarahkan hasil *survey* yang telah dilakukan. Setelah adanya penganalisa dan musyawarah baru diambil keputusan apakah pembiayaan yang dilakukan oleh nasabah diterima atau ditolak. Jika pembiayaan tersebut diterima maka pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dapat meminta nasabah untuk melengkapi berkas-berkas yang dibutuhkan. Kemudian pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan menentukan besarnya pembiayaan yang akan diberikan dimana besarnya tersebut disesuaikan dengan keadaan dilapangan dan kemudian menentukan jadwal dilaksanakan akad.⁹³

⁹²Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁹³Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

d) Keputusan

Dalam mengambil keputusan calon nasabah tersebut diterima atau di tolak. Setelah permohonan pembiayaan *musyarakah* telah disetujui dalam musyawarah komite, maka admin legal segera membuat SP3 (surat pemberitahuan persetujuan pembiayaan) kepada calon nasabah dan membuat akad pembiayaan. Setelah itu menyiapkan akad *musyarakah* antara BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dan calon nasabah yaitu untuk pengikat persetujuan serta untuk penentuan besarnya bagi hasil. Dalam akad *musyarakah* pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan menjelaskan kepada calon nasabah ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam akad pembiayaan. Dimana dalam akad tersebut adanya suatu jaminan untuk suatu kehati-hatian pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan terhadap calon nasabah. Setelah memenuhi semua biaya administrasi, notaris, materai maka nasabah diminta untuk membuka rekening barulah pencairan dilakukan.⁹⁴

3. Strategi Pemasaran Produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan

a. Simpanan *Wadiah* (Simpanan Dengan Akad Titipan)

1) Penerapan Strategi *Promotion Mix* Terhadap Produk Simpanan *Wadiah*

Sub bab ini akan dibahas tentang strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan produk baru yang dikeluarkan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Strategi pemasaran merupakan kegiatan yang diterapkan oleh Manager agar tujuan perusahaan atau lembaga keuangan tercapai.

Strategi yang ditempuh oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah Strategi dalam menjual produk agar didapat hasil volume penjualan sebanyak mungkin atau semaksimal mungkin, dengan memperhatikan kepuasan nasabah. Dalam hal ini yang berkaitan dengan strategi yang diterapkan adalah strategi *promotion mix*. Di dalam strategi *promotion mix* terdapat empat variabel kegiatan yang merupakan inti dari sistem promosi yaitu *Advertising*, *Personal*

⁹⁴Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

seling, *Publitas* dan promosi penjualan. Begitu pula dengan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dalam memasarkan produk baru agar mencapai tujuan semaksimal mungkin juga menggunakan empat variabel atau elemen-elemen *marketing mix* yaitu:

1. *Advertising* (Periklanan)

BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan melakukan bauran promosi dengan cara periklanan yang bersifat lokal seperti yang dilakukan Mandiri Abadi Syariah Kota Medan yaitu dengan tujuan unyuk meningkatkan penjualan produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dan mempertahankan citra (*brand image*) BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Adapun media promosi yang digunakan adalah:

- a. *Advertising* cetak, yaitu berupa brosur-brosur mengenai informasi produk Simpanan Wadiah terbaru, misalnya persyaratan, mekanisme pelaksanaan produk tersebut.
- b. *Advertising* di dalam ruangan seperti *roll banner* yang diletakkan di depan pintu masuk.
- c. *Advertising* luar ruangan seperti baliho dan spanduk yang diletakkan di depan gedung BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.⁹⁵

2. *Personal selling*

Program *personal selling* dilakukan oleh pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan bertemu tatap muka langsung dengan calon anggota. BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan lebih mengacu pada strategi *promotion mix personal selling*, dikarenakan bauran promosi ini dirasa lebih efektif untuk langsung memilih target calon anggota, meyakinkan pembeli dan membangun tindakan pembelian. Dengan bertatap langsung dengan calon anggota, tenaga pemasar akan dirasa lebih mudah untuk mempengaruhi minat calon anggota untuk bergabung. Penjualan personal merupakan bentuk presentasi secara lisan dengan calon anggota atau pembeli dengan tujuan melakukan penjualan. Dalam presentasi terjadi interaksi langsung antara tenaga pemasar dengan calon anggota. Interaksi

⁹⁵Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

ini akan berpengaruh kepada apakah calon anggota akan memutuskan untuk bergabung, atau sebaliknya ketika *marketing* tidak tepat pada calon anggota target pasar dan tidak dapat menawarkan solusi yang tepat. Maka tenaga pemasar harus pintar menguasai materi atau informasi tentang produk simpanan wadiah, dikarenakan pada saat memasarkan *marketing* akan segera tahu reaksi anggotanya, jika anggota merasa kurang minat maka *marketing* menjelaskan lebih dalam tentang produk simpanan wadiah.⁹⁶

3. *Publitas*

Publitas dirasa BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan cukup potensial dalam mengkomunikasikan produk BMT, dengan cara menyelenggarakan kegiatan sosial seperti donor darah yang diselenggarakan pada 6 februari 2017 sehingga kegiatan ini mempunyai tujuan untuk membangun image baik perusahaan dalam benak masyarakat.⁹⁷

b. Simpanan Deposito *Mudharabah* (Simpanan Berjangka)

Strategi pemasaran yang digunakan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dalam memasarkan simpanan berjangka menggunakan pembuatan bener atau spanduk diacara sebagaimana yang diungkapkan oleh pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan, yaitu:

*“strategi pemasaran yang digunakan pada produk Simpanan Berjangka Deposito Mudharabah pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah dengan mengadakan sosialisasi kepada masyarakat khususnya masyarakat yang memiliki banyak dananya, dan biasanya dengan menyiarkan kelebihan produk pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan melalui media suara yaitu radio dan media sosial seperti menyebar brosur dan lainnya, dengan demikian Anggota yang mempunyai kelebihan bisa di depositkan di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan”.*⁹⁸

Tidak sembarang anggota yang menanamkan modalnya di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Tetapi anggota yang benar-benar memiliki dana lebih untuk disimpan sesuai dengan tujuannya. Uang yang disimpan digunakan untuk

⁹⁶Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁹⁷Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

⁹⁸Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

kepentingan anggota dimasa datang, untuk itu dana yang tersimpan relatif akan lebih lama. Dan uang akan dipergunakan oleh BMT yaitu dengan melakukan *Financing* (Pembiayaan) bagi anggota yang kekurangan dana, dengan demikian anggota deposan akan mendapatkan bagi hasil yang diperoleh dari BMT sesuai dengan kesepakatan.

Penentuan Posisi Pemasaran dalam meningkatkan nasabah pada Simpanan Berjangka Deposito *Mudharabah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan tidaklah sembarangan. Berikut hasil wawancara mengenai penentuan posisi pemasaran adalah:

*“dalam hal menentukan posisi pasar pada produk simpanan berjangka deposito mudharabah adalah dengan mentargetkan pada pegawai-pegawai yang memiliki dana lebih. Kami dapat datang di rumah anggota yang sekiranya memiliki dana lebih, mendatangkan anggota atau calon anggota untuk disosialisasikan dan dipromosikan produk tersebut”.*⁹⁹

Jadi tidak sembarangan tempat untuk menempatkan posisi pemasaran, harus dilakukan sesuai dengan produk, misalkan penghimpunan dana jadi penempatan yang dilakukan adalah masyarakat yang benar-benar memiliki dana.

c. Produk Pembiayaan

1) Murabahah (Pembiayaan Dengan Akad Jual Beli Barang)

Dalam memasarkan produk-produk syariah dan memantapkan posisi BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan sebagai salah satu upaya dalam strategi pemasaran diperlukan adanya pemuasan dan pelayanan yang tepat (kiat-kiat khusus), sehingga dalam operasionalnya dalam melayani jasa keuangan bagi masyarakat selalu berkembang dan bertahan dalam persaingan dengan lembaga keuangan lainnya. Pelayanan yang tepat diperlukan agar pasar terdiri dari nasabah dan calon konsumen yang merupakan asset akan tertarik pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dan juga sebagai motivasi bagi BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan untuk selalu mengembangkan dan meningkatkan kinerja dan operasional BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan pada masa kini dan sekarang.

⁹⁹Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

Dalam meningkatkan jumlah nasabahnya BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan memasarkan produk murabahahnya memerlukan strategi pemasaran yang baik, karena produk murabahah merupakan produk yang belum lama diluncurkan. Pemasaran yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pemasaran dengan *Canvassing* (Silaturahmi dan dilakukan presentasi dalam instansi-instansi). Pemasaran dengan cara ini perlu diperbaiki karena pemasaran di era modern harusnya lebih bisa memanfaatkan media sosial. Penawaran via *email (electronic mail)*, *facebook*, atau *Short Messages Service (SMS)* yang dilakukan dengan rutin akan menumbuhkan minat nasabah untuk melakukan pembiayaan.
2. Pemasaran dengan *Open Tabel* atau penawaran *Top Up*, penawaran dilakukan secara langsung dengan nasabah yang melakukan transaksi dengan *Costumer Service*. Dalam pemasaran dengan penawaran langsung ini kurang efektif karena disamping pelayanan *costumer service* dengan waktu yang terbatas, serta tidak semua nasabah mempunyai kepentingan yang berhubungan langsung dengan *customer service*.
3. Pemasaran dengan penawaran ke perusahaan yang menjadi rekanan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Pemasaran ini dilakukan dengan perusahaan yang sudah bekerja sama dengan sistem lalu lintas pembayaran gaji (*payroll*). Pemasaran ini tidak fokus dengan satu produk saja, kerjasama yang dilakukan hanya untuk modal kerja.
4. Penawaran kerjasama implan dengan beberapa instansi. Pemasaran dengan cara kerjasama implan kurang bisa menarik minat nasabah, karena BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan melakukan kerjasama untuk sistem *payroll*. Sedangkan untuk memudahkan BMT dalam mencapai target kegiatan pemasaran yang telah dirumuskan, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan melakukan perumusan dalam memilih dan menerapkan pasar yang akan dituju dengan menggunakan STP yaitu segmentasi, *targeting* dan *positioning*. Strategi pemasaran produk murabahah yang dilakukan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan yaitu:
 - a. Segmentasi
Langkah awal yang dilakukan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dalam pemasaran adalah dengan mensegmentasi pasar. Dalam hal mensegmentasi pasar BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan memiliki segmentasi secara khusus berdasarkan variabel geografis karena BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan lebih memfokuskan wilayah kota Medan dan sekitarnya.
 - b. *Targeting*
Setelah melakukan segmentasi pasar atas produk murabahah maka langkah berikutnya adalah melakukan *targeting* atau membidik target pasar yang telah dipilih perusahaan dalam analisa segmentasi

pasar. Untuk target pasar BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan telah menentukan siapa yang menjadi targetnya, yaitu kalangan menengah ke atas dengan ketentuan golongan berpenghasilan tetap maksimal berumur 55 tahun atau belum pensiun pada saat pembiayaan jatuh tempo.¹⁰⁰

2) *Mudharabah* (Pembiayaan Usaha)

Strategi yang ditempuh oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah dalam menjual produk mudharabah agar didapat hasil volume penjualan sebanyak mungkin atau semaksimal mungkin, dengan memperhatikan kepuasan nasabah. Dalam hal ini yang berkaitan dengan strategi yang diterapkan adalah sama dengan strategi pemasaran simpanan wadiah sebelumnya, yaitu strategi *promotion mix*. Di dalam strategi *promotion mix* terdapat empat variabel kegiatan yang merupakan inti dari sistem promosi yaitu *Advertising*, *Personal selling*, *Publitas* dan promosi penjualan.¹⁰¹

3) *Musarakah* (Pembiayaan dengan Pengabungan Modal)

Strategi yang ditempuh oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah dalam menjual produk musarakah agar didapat hasil volume penjualan sebanyak mungkin atau semaksimal mungkin, dengan memperhatikan kepuasan nasabah. Dalam hal ini yang berkaitan dengan strategi yang diterapkan adalah sama dengan strategi pemasaran simpanan wadiah sebelumnya, yaitu strategi *promotion mix*. Di dalam strategi *promotion mix* terdapat empat variabel kegiatan yang merupakan inti dari sistem promosi yaitu *Advertising*, *Personal selling*, *Publitas* dan promosi penjualan.¹⁰²

Secara keseluruhan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan melakukan strategi pemasaran terhadap setiap peroduknya hampir sama. Adapun strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dalam meningkatkan jumlah nasabahnya adalah (1) Meningkatkan pelayanan kepada

¹⁰⁰Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

¹⁰¹Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

¹⁰²Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

nasabah. (2) Penambahan inventaris kantor. (3) Meningkatkan kualitas SDM. (4) Meningkatkan kegiatan promosi kepada masyarakat. (5) Meningkatkan kualitas keagamaan melalui kajian syariat Islam. Sedangkan untuk memudahkan perusahaan dalam mencapai target kegiatan pemasaran yang telah dirumuskan, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan melakukan perumusan dalam memilih dan menetapkan pasar yang dituju dengan menggunakan psegmentasian, *targeting*, dan *positioning*, serta menerapkan *marketing mix* atau bauran pemasaran jasa yang terdiri atas tujuh unsur yaitu: produk, harga, promosi, tempat, orang, proses dan bukti fisik. Perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk memudahkan perusahaan dalam menarik dan meningkatkan jumlah nasabah serta mempertahankan nasabah yang sudah ada.¹⁰³

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Implementasi Produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan

a. Simpanan Wadiah

Dalam praktiknya BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan mempunyai produk unggulan yaitu produk simpanan yang didalamnya menggunakan akad *wadi'ah*, yang pada dasarnya akad *wadi'ah* adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki. Dalam tinjauan syariah akad *Wadi'ah* pada simpanan *wadi'ah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan sudah sesuai dengan prinsip syariah yaitu didasari dengan adanya Fatwa Dewan Syariah Nasional NO:02/DSN-MUI/IV/2000 yang memutuskan tentang Tabungan, Ketentuan umum tabungan berdasarkan *Mudharabah*, Ketentuan umum tabungan berdasarkan *Wadi'ah*. Untuk mengetahui apakah BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan menggunakan akad *wadi'ah* sesuai dengan tinjauan syariah dapat dilihat dari segi rukun dan syarat yaitu sebagai berikut.

¹⁰³Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

Tabel 4.1
Tinjauan Syariah dalam Akad *Wadi'ah* di BMT Mandiri Abadi Syariah

Keterangan akad <i>Wadi'ah</i>	Sesuai Syariah	
	Ya	Tidak
Rukun:		
1) Barang yang dititipkan	✓	
2) Pemilik barang atau orang yang bertindak sebagai pihak yang menitipkan (<i>Muwadd'i</i>)	✓	
3) Pihak yang menyimpan atau memberikan jasa <i>custodian</i> (<i>mustawada'</i>)	✓	
4) Ijab qabul (<i>sighat</i>)	✓	
Syarat:		
a) <i>Baligh</i>	✓	
b) Berakal	✓	
c) Barang titipan	✓	

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa akad *wadi'ah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan sesuai dengan tinjauan syariah dapat dilihat dari unsur rukun dan syarat akad *wadi'ah*. Adapun rukun dari akad *wadi'ah* adalah:

1. Barang titipan, syaratnya adalah barang titipan itu harus jelas bisa dipegang dan dikuasai. Maksudnya barang titipan itu bisa diketahui jenisnya, identitasnya dan bisa dikuasai untuk dipelihara.
2. Pemilik barang, syaratnya adalah pemilik barang itu harus sudah *baligh*, berakal, tidak sah penitipan jika dilakukan oleh anak kecil walaupun dia sudah *baligh* hal itu disebabkan karena dalam akad *wadi'ah* banyak mengandung risiko penipuan, selain itu orang yang melakukan penitipan tersebut juga harus dapat bertindak secara hukum.
3. Pihak yang menyimpan, syaratnya adalah bagi penerima titipan harus menjaga barang titipan tersebut dengan baik dan memelihara barang titipan tersebut ditempat yang aman sebagaimana kebiasaan yang lazim berlaku pada orang banyak berupa pemeliharaan.
4. *Ijab qabul*, akad ijab qabul di dalam *wadi'ah* yaitu *ijabnya* diucapkan dengan perkataan dan *qabulnya* dilakukan dengan perbuatan. Akad *ijab qabul* antara penitip dengan penerima titipan dapat dilakukan secara jelas atau tersirat asalkan bisa menunjukkan kalau perbuatan tersebut akan mengakibatkan *ijab qabul*. Seperti contoh “perkataan penitip kepada seseorang (penerima titipan)

saya titipkan, dan penerima titipan menerima maka sempurna adalah *ijab qabul* titipan secara jelas, atau seseorang datang dengan membawa sebuah pakaian kepada seseorang, penitip berkata ini titipan kepadamu, dan penerima titipan diam maka sahlah *ijab qabul* titipan secara tersirat.

Dilihat dari syaratnya seseorang yang berakad itu harus:

- 1) *Baligh* adalah seseorang yang sudah sampai pada usia tertentu untuk dibebani hukum syariat (*taklif*) dan mampu mengetahui atau mengerti hukum tersebut.
- 2) Berakal adalah orang yang sehat sempurna pikirannya, dapat membedakan baik dan buruk, benar dan salah, mengetahui kewajiban, diperbolehkan dan yang dilarang, serta yang bermanfaat dan yang merusak.
- 3) Barang titipan: jelas (dapat diketahui jenis atau identitasnya) dapat dipegang, dapat dikuasai untuk dipelihara.

b. Simpanan Deposito *Mudharabah* (Simpanan Berjangka)

Analisis penulis terhadap produk Simpanan Berjangka di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan akan difokuskan pada pelaksanaan bagi hasilnya, dimana praktiknya menggunakan prinsip *mudharabah*. Selain terkait masalah perhitungan bagi hasil *mudharabah*, penulis juga menganalisis dari segi rukun dan syaratnya, baik itu terkait dengan orang yang berakad (*Aqidain*) yaitu Anggota (*Shahibul maal*) dengan BMT (*mudharib*), Modal, Keuntungan (bagi hasil), Usaha dan *Sighat akad ijab qabul*. Analisis tersebut diperlukan agar bisa lebih memperjelas secara utuh terkait pelaksanaan produk Simpanan Berjangka di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

1) Analisis Terhadap Pelaku Akad

Pelaku akad merupakan orang yang mengadakan kontrak (akad) dengan tujuan tertentu. Pelaku akad di sini yaitu Anggota BMT (*shohibul maal*) dan Lembaga BMT (*mudharib*). Kedua belah pihak yang berakad akan menentukan kapasitas baik sebagai anggota maupun pemilik. Dalam melaksanakan akad, baik anggota BMT (pemilik modal) maupun pemilik BMT (pengelola modal) harus memenuhi syarat terkait dengan orang yang berakad, di antaranya cakap bertindak hukum, cakap diangkat sebagai *akid* (orang yang berakad) dan pemilik dana tidak

boleh melakukan intervensi kepada pengelola dalam mengelola dananya, ia harus memberikan kebebasan kepada pengelola terhadap hal yang telah disepakati bersama.¹⁰⁴

Dalam kinerjanya di lapangan, pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan memberikan persyaratan ketika calon anggota membuka rekening Simpanan Berjangka. Persyaratan tersebut memuat anggota harus sudah dewasa dengan dibuktikan identitas diri berupa KTP, bila tidak memiliki KTP maka calon anggota harus melampirkan surat keterangan pengganti bukti diri dari pemerintah setempat. BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan memberikan persyaratan tersebut memiliki tujuan supaya calon anggotanya sah menurut hukum dan meminimalisir terjadinya wanprestasi.

Lembaga BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan sebagai pengelola dana anggotanya juga mempunyai persyaratan sebagai pengurus maupun karyawan. Persyaratan ini mencakup kecakapan dalam bertindak, kedewasaan, serta ahli terhadap bidang yang akan diampu. Ini dibuat memiliki tujuan agar lembaga BMT dalam pengelolaannya akan terus mengalami perkembangan. Di samping itu juga dalam pengoperasionalnya tidak keluar dari jalur syariah.

Analisis penulis terhadap para pelaku akad baik dari anggota (pemilik dana) dengan pemilik BMT (pengelola dana) dapat diambil kesimpulan bahwa para pelaku akad sudah sesuai dengan persyaratan sebagai pelaku akad. Sah di sini dilihat dari para pelaku akad yang sudah dewasa, berakal, mampu membedakan mana yang baik dan buruk (*tamyis*) serta cakap dalam bertindak hukum.

2) Analisis Terhadap Modal

Berdasarkan analisis penulis terhadap modal Simpanan Berjangka di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan, modal yang disyaratkan kepada anggotanya dan sekaligus dikelola oleh BMT sesuai dengan hukum ekonomi Islam. Kesesuaian yang penulis maksud yaitu dari segi bentuk modalnya, BMT tersebut modalnya berupa uang tunai (tidak hutang) yang jelas jumlahnya. Terhadap penalti yang dilakukan oleh pihak BMT kepada anggotanya karena melanggar

¹⁰⁴M. Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah Dan Implementasinya Dalam Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009), h. 106.

perjanjian, maka menurut analisis penulis diperbolehkan, karena penalti tersebut sebelumnya sudah diketahui dan disepakati bersama antara BMT dengan anggotanya. Penalti itu juga sebagai bentuk ganti rugi dari modal yang dikelola oleh BMT. Modal yang belum waktunya untuk diambil tiba-tiba anggota mengambil modalnya dengan kepentingan yang mendesak, padahal modal tersebut masih dalam tahap pengelolaan.

3) Analisis Terhadap Usaha

Analisis penulis tentang jenis usaha yang dilakukan oleh BMT BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan sudah sesuai dan sah menurut hukum Islam, namun penulis menemukan ada yang tidak sesuai, yaitu pada bagian transparansi. Transparansi sangat diperlukan dalam *mudharabah*, hal ini bertujuan agar BMT tidak melakukan kecurangan terhadap usaha yang dilakukan. Bagaimanapun juga BMT sebagai *mudharib* harus menyediakan laporan secara terbuka, tidak ada yang ditutup-tutupi kepada anggota yang notabenehnya sebagai *shahibul maal*. Seorang *shahibul maal* mempunyai hak untuk mengetahui perkembangan usaha secara transparan dari *mudharib*.¹⁰⁵

4) Analisis Terhadap Bagi Hasil

Perhitungan bagi hasil *mudharabah* pada produk Simpanan Berjangka di lembaga BMT BMT Mandiri Abadi Syariah menurut analisis penulis berbeda dengan perhitungan bagi hasil yang sebenarnya sesuai syariat Islam. Metode dalam perhitungan bagi hasil akan berbeda tergantung pada dasar perhitungan bagi hasil, ada yang menggunakan *revenue sharing* dan ada pula yang menggunakan *profit loss sharing*. Bagi hasil yang menggunakan *revenue sharing*, dihitung dari pendapatan kotor sebelum dikurangi biaya. Bagi hasil dengan *profit loss sharing* dihitung berdasarkan presentase nisbah dikalikan dengan laba usaha sebelum pajak.¹⁰⁶ Pada umumnya bagi hasil terhadap investasi dana dari masyarakat menggunakan *revenue sharing*.

Perhitungan bagi hasil yang dipraktikkan oleh lembaga BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan tersebut menurut hemat penulis mirip dengan

¹⁰⁵*Ibid.*, h. 115.

¹⁰⁶Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2011), h. 98.

perhitungan yang dipraktikkan oleh lembaga konvensional, yakni menggunakan perhitungan bunga. Bunga sendiri merupakan tambahan yang dikenakan untuk transaksi pinjaman uang yang diperhitungkan dari pokok pinjaman tanpa mempertimbangkan pemanfaatan atau hasil pokok tersebut dan diperhitungkan secara pasti di muka berdasarkan presentase. Sedangkan riba merupakan tambahan tanpa imbalan yang terjadi karena menunggukan dalam pembayaran yang diperjanjikan sebelumnya.¹⁰⁷

Praktik pembungaan uang saat ini telah memenuhi kriteria riba yang terjadi pada zaman Rasulullah SAW. Dengan demikian, praktik pembungaan uang ini termasuk salah satu bentuk riba dan haram hukumnya. Sebagaimana Allah melarang praktik riba dalam bermuamalah karena mengandung tambahan yang berlipat ganda. Larangan tersebut tertulis dalam firman Allah SWT dalam Surat Ali Imran ayat 130 yang intinya Allah melarang memakan riba dengan berlipat ganda. Jika seseorang tidak mampu membayar hutang, sedang ia menawarkan penangguhan sebagai imbalan penangguhan, maka ia ketika membayar utangnya dengan berlipat ganda. Berlipat ganda bukanlah merupakan syarat dari terjadinya riba (jikalau bunga berlipat ganda maka riba, tetapi jikalau kecil bukan riba), tetapi ini merupakan sifat umum dari pembungaan uang pada saat itu.

Praktik bagi hasil yang dilakukan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan juga tidak sejalan dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 03/DSN-MUI/IV/2000 yang diputuskan pada tanggal 1 April 2000/ 26 Dzulhijah 1420 menyatakan bahwa deposito ada dua jenis, yaitu deposito yang tidak dibenarkan secara syariah (menggunakan perhitungan bunga) dan deposito yang dibenarkan secara syariah (menggunakan prinsip mudharabah). Fatwa tersebut sudah tertulis jelas bahwa dalam deposito mudharabah yang diperbolehkan dalam syariah menggunakan perhitungan nisbah bagi hasil keuntungan, bukannya perhitungan yang besar nominalnya jelas dan tetap dalam setiap pembayaran bagi hasil.

¹⁰⁷Wirnyaningsih, dkk., *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 35-36.

Jadi kesimpulan penulis mengenai akad *mudharabah* yang dipraktikkan oleh lembaga BMT Mandiri Abadi Syariah belum sepenuhnya sesuai dengan konsep bagi hasil *mudharabah* menurut hukum ekonomi Islam. Hal ini karena dalam pelaksanaannya ada yang sudah sesuai menurut hukum ekonomi Islam dan ada pula yang tidak sesuai, dilihat dari analisis penulis dari segi rukun akad *mudharabah* serta syarat yang terkait terhadap rukun tersebut. Penulis menemukan beberapa ketidaksesuaian terutama dalam segi perhitungan bagi hasil *mudharabah* yang dipraktikkan oleh lembaga BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

c. Pembiayaan *Murabahah* (Pembiayaan dengan Akan Jual Beli Barang)

Setelah penulis mengadakan analisis terhadap prosedur pembiayaan *murabahah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan terdapat perbedaan antara BMT dengan lembaga keuangan yang lain yaitu terletak pada salah satu prosedur pembiayaan *murabahah*, jika pada lembaga keuangan yang lain setelah melakukan akad *murabahah* maka nasabah tersebut harus membayar uang muka pembiayaan *murabahah*, sedangkan di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan terkadang nasabah tidak membayar uang muka terlebih dahulu setelah melakukan akad *murabahah* walaupun terkadang nasabah tidak membayar uang muka BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan masih memberikan pembiayaan kepada nasabah tersebut.

Selain itu penulis menganalisis tujuan implementasi atau penerapan akad pembiayaan *murabahah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan ini adalah digunakan untuk memfasilitasi nasabah melakukan pembelian dalam rangka memenuhi kebutuhan akan barang konsumsi seperti renovasi rumah, kendaraan/alat transportasi, alat-alat rumah tangga dan sejenisnya, pengadaan barang dagangan, bahan baku dan atau bahan pembantu produksi, barang modal seperti pabrik, mesin dan sejenisnya, dan barang lainnya yang tidak bertentangan dengan syariah dan disetujui BMT.

Di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan terdapat denda yang harus dibayarkan oleh nasabah kepada BMT atas keterlambatan yang disebabkan oleh ketidakmampuan nasabah, dan bukan karena kesengajaannya (karakter) dan

sanksi dapat berupa denda sejumlah uang yang besarnya ditentukan atas dasar kesepakatan dan dibuat saat akad ditandatangani. Denda yang diperuntukkan untuk nasabah yang telat bayar hutang di BMT ini harus berupa bentuk nominal seperti terdapat pada ketentuan pada fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 17/DSN-MUI/IX/2000 tentang Sanksi atas Nasabah Mampu yang Menunda-nunda Pembayaran. Dengan diberlakukannya sanksi/denda ini di BMT didasarkan pada prinsip ta'zir, yaitu bertujuan agar nasabah lebih disiplin dalam melaksanakan kewajibannya.

Denda kepada nasabah ini, BMT berhak mengenakan denda kepada nasabah yang tidak dapat memenuhi kewajiban piutang *murabahah* dengan indikasi antara lain:

1. Adanya unsur kesengajaan yaitu nasabah mempunyai dana tetapi tidak melakukan pembayaran piutang *murabahah*.
2. Adanya unsur penyalahgunaan dana yaitu nasabah mempunyai dana tetapi digunakan terlebih dahulu untuk hal lain.

Berkaitan dengan prosedur pembiayaan *murabahah* ini yang harus diperhatikan yaitu tentang masalah pembiayaan yang kurang lancar bahkan macet. Penyebab dari hal tersebut bisa dikarenakan pemberian pembiayaan yang agak cukup lama dan analisa yang kurang tepat. Adapun nasabah yang bermasalah dalam pembayaran angsuran dapat disebabkan karena nasabah tersebut bangkrut dan terlibat banyak hutang. Dengan demikian prosedur pembiayaan pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan telah dilakukan dengan baik karena menerapkan sistem pembiayaan yang sesuai dengan tuntunan syari'ah, efektif, efisien, berjalan sesuai dengan program kerja organisasi serta terciptanya pencapaian hasil yang diharapkan BMT dengan tetap mempertahankan kaidah untuk saling menguntungkan kedua belah pihak antara nasabah dengan BMT.

Jika dilihat dari pelaksanaan akad pembiayaan *murabahah* pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan, maka pada sifat-sifat yang harus dihindari dalam pembiayaan *murabahah* yang pertama dari maisyir sampai ketujuh syarat-syarat fasid itu tidak ada dalam pelaksanaan akad pembiayaan *murabahah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Dan begitupun pada

implementasi atau penerapan akadnya tidak ada unsur yang mengandung *maisyir*, *gharar*, haram, riba yang penyusun temukan. Pelaksanaan akad murabahah pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan juga telah memenuhi rukun dan syarat dari prinsip *murabahah*, karena hal tersebut akan menentukan sah atau tidaknya akad.

d. Pembiayaan *Mudharabah* (Pembiayaan Usaha)

Sebagaimana dalam Fatwa DSN nomor: 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *mudharabah*, pengertian *mudharabah* yaitu akad kerjasama usaha antara dua pihak, dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh modal (100%), sedangkan pihak lainnya (*mudharib*) menjadi pengelola. Keuntungan usaha yang diperoleh dibagi berdasarkan kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Kerugian menjadi tanggung jawab oleh pemilik modal selama kerugian tersebut bukan akibat kelalaian si pengelola, namun apabila pengelola ikut andil dalam penyebab kerugian tersebut, maka pengelola wajib menanggungnya. Akad yang paling sering digunakan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah akad *mudharabah*.

Pelaksanaan akad *mudharabah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan apakah sesuai dengan ketentuan syari'ah atau tidak, dapat dilihat dari kesesuaian praktek dengan kaidah-kaidah hukum Islam tentang *mudharabah*. Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 07/DSNMUI/IV/2000 tentang pembiayaan *mudharabah* (*Qiradh*) menjelaskan bahwa rukun *mudharabah* adalah sebagai berikut:

- a. Penyedia dana (*shahibul maal*) dan pengelola (*mudharib*).
- b. Pernyataan *ijab* dan *qabul*.
- c. Modal.
- d. Keuntungan.
- e. Kegiatan usaha.

Rukun akad *mudharabah* dalam pelaksanaan akad di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Penyedia dana (*shahibul maal*) dan pengelola (*mudharib*). Penyedia dana (*Shahibul maal*) yaitu pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan, dan

sebagai pengelola (*mudharib*) adalah pihak nasabah yang mengajukan pembiayaan modal kerja.

- b. Pernyataan *ijab* dan *qabul* ditunjukkan dengan adanya pengisian dan penandatanganan formulir aplikasi akad *mudharabah* antara nasabah dengan pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.
- c. Modal yaitu sejumlah uang atau dana yang diberikan oleh pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan selaku *shahibul maal* dengan pihak nasabah selaku *mudharib* untuk usaha.
- d. Keuntungan yaitu jumlah yang didapat sebagai kelebihan modal. Keuntungan dalam usaha yang kelola oleh *mudharib*.
- e. Kegiatan usaha yaitu suatu pekerjaan atau tenaga yang dikeluarkan oleh *mudharib* untuk mengelola usahanya.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dilihat bahwa ketentuan rukun *mudharabah* dalam hukum Islam maupun aplikasinya dalam BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan telah terpenuhi. Pihak yang berakad, *ijab qabul*, modal, keuntungan serta kegiatan usaha yang dilakukan tersebut sudah ada pada pelaksanaan akad *mudharabah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Kesimpulannya, rukun akad *mudharabah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan telah sesuai dengan ketentuan syari'ah.

Ketentuan adanya rukun dari sebuah akad tidak terlepas oleh adanya syarat-syarat yang harus dipenuhi agar tidak keluar dari ketentuan-ketentuan syari'ah. Syarat-syarat yang harus terpenuhi pada akad pembiayaan *mudharabah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan penulis analisis dengan menggunakan fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *mudharabah (qiradh)* sebagaimana berikut:

1. Penyedia dana (*shahibul maal*) dan pengelola (*mudharib*) harus cakap hukum.

Syarat yang harus dipenuhi oleh orang yang berakad telah dijelaskan dalam fiqh. Kriteria subyek akad harus cakap hukum yaitu berakal dan *mumayyiz*, sehingga mengetahui apa yang dia katakan dan putuskan secara benar. Akad *mudharabah* yang dilakukan oleh kedua belah pihak yaitu antara pihak BMT

Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dengan nasabah yang mengajukan pembiayaan *mudharabah* haruslah cakap hukum, berakal dan *mumayyiz*. Subyek hukum tidak hanya mencakup manusia, tetapi juga badan hukum. Pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah sebagai pihak pemberi modal (*shahibul maal*) dan berbentuk badan hukum yang sah, maka BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan tersebut sah untuk bertindak sebagai *shahibul maal* dalam transaksi *mudharabah* pada pembiayaan sektor pertanian yang diajukan oleh nasabah. Pihak *mudharib* yaitu nasabah yang mengajukan pembiayaan usaha. Ketentuan sebagai nasabah juga sama sebagaimana yang disyaratkan di atas, yaitu cakap hukum, berakal, dan *mumayyiz*.

Pelaksanaan pembiayaan *mudharabah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan telah disyaratkan. Nasabah haruslah sudah memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP), artinya nasabah harus sudah berusia 17 tahun atau sudah menikah. Berdasarkan persyaratan tersebut, maka sudah dapat membuktikan bahwa nasabah sudah memenuhi persyaratan yang ditentukan, baik secara hukum fiqh ataupun secara hukum positif yang berlaku di Indonesia. Berdasarkan analisis di atas dapat disimpulkan bahwa kedua belah pihak yang melakukan akad, dalam hal ini pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dengan nasabah yang mengajukan pembiayaan sudah memenuhi persyaratan untuk melakukan transaksi akad *mudharabah*.

2. Strategi Pemasaran Produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan

Dalam dunia sekarang ini, untuk mencapai suatu produk baik barang atau pun jasa yang bersifat konsumtif maupun produktif sebuah perusahaan harus memiliki strategi-strategi dalam bisnis guna menjaga kelangsungan dan perkembangan bisnis tersebut dalam persaingan pasar yang sangat ketat ini. Oleh sebab itu, salah satunya perusahaan sangat penting memiliki strategi-strategi pemasaran yang efektif.

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya. Di samping itu, strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan

demikian, strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.¹⁰⁸

Dengan pemasaran sebuah perusahaan dapat memperkenalkan produk yang ditawarkan secara lebih luas kepada masyarakat baik itu dengan cara promosi atau melalui media masa dan lain-lain, tentunya itu untuk meningkatkan daya jual-beli yang tinggi agar produk tersebut tetap bertahan dan berkembang. Bank juga tidak mencari keuntungan semata tetapi juga memberikan kepuasan kepada nasabah.

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha. Di samping itu, strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian, strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang.

Pemasaran juga pernah dilakukan Nabi Muhammad Saw sejak abad ketujuh masehi. Dimana beliau melakukan dengan beberapa konsep yakni jujur, profesional, silaturahmi dan murah hati. Sebagaimana yang kita ketahui, dalam Islam semua tindakan manusia di dunia ini adalah semata-mata untuk ibadah dan mencari ridha Allah semata. Begitu pula dengan tindakan kita dalam berbisnis.

Melihat tingginya minat masyarakat terhadap sistem perbankan syariah, maka BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan yang merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah perlu menyikapinya dengan baik. Dalam setiap usaha yang dilakukan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dalam memasarkan produk-produknya yang bertujuan untuk meningkatkan sumber dana dengan menargetkan sejumlah nasabah atau calon nasabah potensial sesuai dengan apa yang direncanakan merupakan bagian dari strategi pemasaran. Salah satu hal yang paling mendasar sangat diperlukan dalam strategi pemasaran adalah bagaimana cara dan upaya menarik minat nasabah agar dapat bertahan ataupun

¹⁰⁸Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), h. 168.

jumlahnya meningkat. Diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk meraih kesempatan yang ada dengan sebaik-baiknya.

Aktivitas pemasaran diperlukan baik oleh perusahaan yang baru diluncurkan maupun perusahaan yang telah berjalan. Pemasaran merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, pemasaran selalu memperoleh posisi penting dan dipandang sebagai ujung tombak suatu perusahaan. Tanpa pemasaran, perusahaan seperti kehilangan dorongan untuk bertahan dan bersaing yang selanjutnya membawa perusahaan ke titik kemunduran, bahkan kekalahan dalam persaingan.¹⁰⁹

Kegiatan pemasaran ini tidak hanya mencakup kegiatan menjual dan mempromosikan produk saja, tetapi juga terdapat unsur-unsur lain yang harus diperhatikan ketika merumuskan strategi pemasaran, seperti: perumusan jenis produk yang diinginkan konsumen, seberapa tinggi akan penetapan harga produk tersebut yang sesuai dengan kondisi konsumennya, bagaimana menyalurkan produk tersebut kepada masyarakat, bagaimana cara promosi untuk mengkomunikasikan produk tersebut dengan konsumennya serta bagaimana mengatasi kondisi persaingan yang dihadapi oleh perusahaan dan lain sebagainya.¹¹⁰

Demikian juga dengan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan, dalam memasarkan produk jasanya BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan memerlukan strategi pemasaran yang baik. Terdapat beberapa unsur yang harus diperhatikan dalam membuat strategi pemasarannya. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dalam rangka meningkatkan jumlah nasabahnya adalah (1) Meningkatkan pelayanan kepada nasabah, (2) Penambahan inventaris kantor, (3) Meningkatkan kualitas SDM, (4) Meningkatkan kegiatan promosi kepada masyarakat, (5) Meningkatkan kualitas

¹⁰⁹Amirullah, Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h.105.

¹¹⁰Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam*. (Yogyakarta: BPFE, 2001), h. 183.

keagamaan melalui kajian syariat Islam, dan (6) Melakukan *assesment* (penilaian/evaluasi).¹¹¹

Perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik dan meningkatkan jumlah nasabah serta mempertahankan nasabah yang sudah ada. Selain itu, dengan dilakukannya strategi pemasaran tersebut secara teratur dan baik dapat dipastikan penjualan suatu produk jasa BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan akan berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan perusahaan. Sehingga akan berdampak pada peningkatan jumlah nasabah BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Menurut penulis, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dalam menerapkan strategi pemasarannya cukup tepat, yakni perumusan strategi berdasarkan kebutuhan perusahaan dan masyarakat dalam rangka meningkatkan daya saing dengan lembaga keuangan lain. Sehingga keberadaan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan patut diperhitungkan oleh masyarakat. Selain itu, perumusan strategi tersebut mengacu dengan bauran pemasaran yang akan memberikan arah dalam melakukan kegiatan pemasarannya.

a. Penerapan Segmentasi, *Targeting* dan *Positioning* BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan

1) Segmentasi

Untuk mencapai hasil pemasaran yang optimal, pertama kali yang harus dilakukan terlebih dahulu oleh suatu perusahaan adalah melakukan segmentasi pasar. Segmentasi pasar merupakan usaha untuk meningkatkan ketepatan penetapan sasaran dari suatu perusahaan. Suatu perusahaan sebelum memulai usahanya harus menentukan segmentasi dari konsumennya. Karena para pembeli umumnya berbeda antara yang satu dengan lainnya di pasar, baik dalam motif dan perilaku maupun dalam kebiasaan pembeliannya yang semuanya menunjukkan bahwa pasar suatu produk tidak homogen, melainkan heterogen pada kenyataannya. Atas dasar ini, perusahaan harus mengelompokkan konsumen ke dalam kelompok dengan ciri-ciri atau sifat yang sama. Segmentasi pasar pada intinya membagi potensi pasar menjadi bagian-bagian tertentu; bisa berdasar

¹¹¹Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

pembagian demografis; berdasar kelas ekonomi dan pendidikan ataupun juga berdasar gaya hidup atau psikografis.¹¹²

Pensegmentasian yang dilakukan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dengan hanya mensegmentasi berdasarkan tempat tinggal, tingkat penghasilan dan kepribadian menurut penulis sudah tepat. Hal ini dilakukan agar produk jasanya akan mudah dipasarkan oleh *marketing* serta lebih terkontrol. Sehingga kegiatan pemasaran dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

Dengan melaksanakan segmentasi pasar ini, kegiatan pemasaran dapat dilakukan lebih terarah dan sumber daya BMT di bidang pemasaran dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien serta dapat mengalokasikannya kepada calon nasabah potensial yang paling menguntungkan. Hal ini merupakan dasar untuk menentukan strategi pemasaran yang bagaimana yang akan dijalankan agar tujuan pemasaran dapat dicapai.

2) *Targeting*

Setelah segmentasi atas produk telah ditetapkan, maka langkah berikutnya adalah melakukan *targeting* atau membidik target pasar yang telah dipilih perusahaan dalam analisa segmentasi pasar. *Targeting* merupakan kegiatan memilih dan menilai satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki.¹¹³

Dalam hal ini, tentu saja serangkaian program pemasaran yang dilakukan harus pas dengan karakteristik pasar sasaran yang hendak dituju. Untuk target pasar, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan telah menentukan siapa yang menjadi targetnya. Dan tentu saja target pasar yang dituju BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan berbeda-beda untuk tiap produknya. Dalam hal ini, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan menggunakan pola spesialisasi terpilih (*selective specialization*) dalam menentukan target pemasarannya, yakni perusahaan memilih sejumlah segmen pasar yang menarik dan sesuai dengan tujuan dan sumber daya yang dimiliki.

¹¹²Basu, Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2008), h. 90.

¹¹³Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), h. 85.

Menurut penulis, penetapan target pasar yang dilakukan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan cukup baik, yakni membatasi target pasar untuk produk pembiayaan sehingga kemungkinan adanya kredit macet yang timbul dari nasabah yang melakukan pembiayaan sangatlah kecil. Sedangkan untuk produk simpanan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan menerima semua lapisan masyarakat. Hal ini akan mendatangkan keuntungan bagi BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan yaitu mendapatkan nasabah sebanyak mungkin, karena semakin banyak nasabah atau anggota suatu BMT, maka profit yang didapat semakin besar. Selain itu, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan juga membatasi wilayah yang menjadi target pasarnya. Hal ini dilakukan mengingat terbatasnya sumber daya yang dimiliki BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Walaupun demikian, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan tetap harus meluaskan pangsa pasarnya dengan tidak terlalu membatasi wilayah yang menjadi *target market*nya. Hal ini dapat diatasi dengan menambah jumlah marketing BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

3) *Positioning*

Dalam rangka menciptakan kesan dan *image* tersendiri dalam pikiran konsumennya sesuai dengan yang diharapkan, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan mensosialisasikan dirinya sebagai mitra bisnis yang amanah dan maslahah, memposisikan dirinya sebagai lembaga keuangan yang tugas pokoknya mengumpulkan dana masyarakat dan menyalurkan kepada masyarakat. Sehingga BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan merupakan solusi terbaik untuk memberikan berbagai fasilitas produk dan jasa kepada masyarakat dengan menggunakan sistem bagi hasil dalam proses yang cepat, praktis dan menentramkan serta jangka waktu tertentu yang fleksibel.

Menurut penulis, untuk dapat mencapai posisi tersebut, ada beberapa hal yang harus dilakukan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan yaitu memberikan pelayanan kepada nasabah secara maksimal, memperkuat tim *marketing*, menjaga integritas, mengutamakan penghimpunan dana konsumen dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM, merekrut dan mengembangkan nilai-nilai syariah universal, dan menyelenggarakan operasional bank sesuai

standar perbankan yang sehat, dan terus melakukan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan visi BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

b. Pelaksanaan Bauran Pemasaran BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan

Bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Alat-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan juga untuk merancang program taktik jangka pendek yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran yang semuanya ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pangsa pasar atau konsumen yang dipilih.¹¹⁴ Selain melakukan segmentasi, *targeting* dan *positioning* dalam kegiatan pemasarannya, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan juga mengembangkan bauran pemasaran (*marketing mix*). Hal ini dilakukan untuk memudahkan perusahaan dalam mencapai target pasar yang telah dirumuskan. Dalam menerapkan bauran pemasarannya, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan memiliki beberapa strategi antara lain: strategi produk, harga, tempat, promosi, proses, SDM serta bukti fisik perusahaan.¹¹⁵

1) Strategi produk

Produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan, yang meliputi benda fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan.¹¹⁶ Penerapan strategi pemasaran produk simpanan ataupun pembiayaan yang dilakukan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah dengan menampilkan mutu dan kelebihan dari produk-produk tersebut. Sehingga dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan pasar sasaran. Dengan keunggulan-keunggulan tersebut, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan berusaha memberikan produk dan pelayanan yang dibutuhkan oleh

¹¹⁴Sumarni, Murti, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), h. 246.

¹¹⁵Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

¹¹⁶Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*, (Jakarta: Gramedia, 2006), h. 432.

masyarakat. Sehingga dengan adanya produk yang ditawarkan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi. Sehingga hal ini akan menarik masyarakat untuk bergabung dengan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Namun, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan masih harus mengembangkan produk-produk baru yang inovatif yang mampu meningkatkan daya saing dengan lembaga keuangan berskala besar serta lembaga keuangan mikro lainnya, mengingat Produk-produk yang dimiliki BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan masih sama dengan produk-produk yang dimiliki lembaga keuangan syariah lainnya.

2) Strategi produk

Setiap BMT perlu memikirkan tentang penetapan harga atau biaya pada produknya secara tepat, karena biaya yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para nasabah untuk menggunakan produk itu. Hal ini tidak berarti pula bahwa pihak BMT harus menetapkan harga serendah mungkin. Oleh karena itu, penentuan harga atau biaya haruslah dipikirkan matang-matang. Dalam hal ini ada beberapa dasar penetapan harga atau biaya yaitu: Biaya dan persaingan. Biaya dalam hal ini adalah biaya yang telah dikeluarkan pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan untuk kelengkapan administrasi menjadi pertimbangan utama bagi BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dalam menentukan biaya-biaya administrasi. Biaya yang ditetapkan di bawah biaya produksinya tentu saja akan mendatangkan kerugian bagi BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Oleh karena itu, pada umumnya BMT menggunakan dasar penetapan biaya adalah di atas dasar biaya produksinya. Kemudian dasar penetapan harga selanjutnya adalah persaingan. Dalam hal ini BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan menetapkan biaya menurut kebutuhannya dalam hal persaingannya dengan BMT atau lembaga keuangan lainnya yang sejenis.

BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dalam memberlakukan harga pada produk dan jasanya memiliki nilai kompetitif. Dalam penerapannya terhadap tabungan apapun tidak memberlakukan bea administrasi, sehingga nasabah tidak berkurang saldonya setiap bulannya. Selain itu, penetapan strategi pemasaran produk-produk yang diterapkan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dari

segi harga sebagai pengembalian modal adalah berupa sistem bagi hasil. Bagi hasil merupakan kebijakan yang diberikan oleh pihak BMT sesuai kesepakatan bersama (antara BMT dan nasabah). Pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan, sistem bagi hasil tersebut perlu dikomunikasikan secara intensif guna menumbuhkan pemahaman yang mendalam mengenai sistem operasionalnya.

Keuntungan yang diperoleh nasabah pada produk simpanan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan tergantung pada jumlah saldo rata-rata yang terdapat dalam satu bulan dan tergantung pada keuntungan yang diperoleh BMT atas pengelolaan dana tersebut. Dengan demikian, keuntungan yang akan diperoleh nasabah selain rasa aman dan rasa was-was akan riba yang disebabkan oleh pemberian suku bunga nasabah juga akan mendapatkan keuntungan bagi hasil serta tabungan tidak akan terpotong. Namun, perlu diingat bahwa pembiayaan *mudharabah* di lembaga keuangan syariah memerlukan kehati-hatian karena memiliki tingkat resiko yang tinggi. Dana yang dipinjamkan nasabah adalah dana BMT, jika nasabah rugi dalam melakukan bisnis dengan dana tersebut maka BMT juga akan menanggung kerugian tersebut.

Oleh karenanya, pada produk pembiayaan besaran pinjaman serta *margin* yang diberikan kepada calon nasabah sudah ditentukan oleh pihak BMT. BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan hanya memberikan pilihan-pilihan besarnya pembiayaan (*plafon*) yang dapat dilakukan oleh nasabah. Selain itu, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan juga sudah menargetkan keuntungan yang harus diperoleh dari nasabahnya sebagai dasar untuk perhitungan bagi hasil. Tentunya dalam menentukan target keuntungan minimal berdagang atau usaha lainnya di wilayah kerja masing-masing berdasarkan survei yang dilakukannya sendiri. Sehingga besarnya bagi hasil yang didapat BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan sudah dapat dipastikan pada saat akad perjanjian dimulai. Hal ini dilakukan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan untuk menghindari kurangnya keterbukaan nasabah terhadap pendapatan yang diperoleh dari usahanya, serta untuk menghindari adanya kredit macet.

Selain itu, dibandingkan dengan lembaga keuangan mikro lainnya, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan tetap memberikan bagi hasil rendah kepada

nasabahnya yang melakukan pembiayaan dan memberikan bagi hasil tinggi bagi nasabahnya yang melakukan simpanan. Meski memiliki selisih bagi hasil yang tidak terlalu banyak dengan lembaga keuangan lain, harga yang ditawarkan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dapat menjadi media pengaruh pandangan masyarakat terhadap produk yang ada.

Adanya strategi penetapan harga tersebut telah terbukti mampu memperluas pasar karena harga yang fleksibel, harga yang bisa dijangkau semua kalangan masyarakat dari kalangan menengah ke bawah sampai menengah ke atas. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan pertumbuhan dan kemampuan di setiap tahun semenjak berdirinya BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan di Medan. Namun, menurut hemat penulis, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan masih harus merombak sistem tersebut dengan sistem bagi hasil yang sebenarnya, karena sistem harga yang diterapkan pada produk pembiayaan hampir sama dengan lembaga keuangan konvensional lainnya, yaitu menggunakan bunga. Walaupun besarnya keuntungan bagi hasil berdasarkan hasil survey di lapangan, namun BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan selalu mengasumsikan nasabah yang melakukan pembiayaan usaha produktif akan selalu mengalami keuntungan usaha, tanpa mempertimbangkan nasabah jika mengalami kerugian. Sehingga walaupun disebut bagi hasil, tetapi dalam prakteknya sama dengan bunga. Mengingat BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan merupakan lembaga keuangan mikro berbasis syariah, sehingga mau tidak mau BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan harus menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah, tanpa bunga. Karena hal inilah yang menjadikan identitas utama lembaga keuangan syariah.

Sedangkan untuk mengatasi masalah kurangnya keterbukaan nasabah dalam hal pembagian keuntungan yang diperoleh, dapat diatasi dengan melakukan pemantauan terhadap kegiatan usaha yang dilakukan oleh nasabah tersebut secara *intens*, baik dalam bentuk laporan penjualan tiap bulan maupun memantau langsung kegiatan usahanya. Jika BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan benar-benar menerapkan prinsip ini, maka masyarakat akan percaya penuh dengan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan sebagai lembaga keuangan berbasis

syariah, sehingga masyarakat akan lebih mudah tertarik dan bergabung dengan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

3) Strategi distribusi tempat

Tempat mencakup saluran distribusi yang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dengan menyampaikan produk kepada masyarakat atau konsumen. Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial meliputi keputusan lokasi fisik di mana sebuah perusahaan harus didirikan. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting. Hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada. Menurut penulis, lokasi BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan juga memiliki relevansi terhadap kinerja, khususnya dalam bidang pemasaran. Meskipun promosi yang dilakukan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dengan menggunakan sistem jemput bola yang diterapkan dalam melayani para nasabahnya, hal ini tidak lantas menjadi indikator dari tidak berpengaruhnya lokasi BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Lokasi kantor yang berada di pusat perekonomian memudahkan para karyawan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan untuk melakukan mobilitas jemput bola nasabah dan juga memudahkan nasabah dalam melakukan akses ke BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Hal ini sesuai dengan yang disebutkan Tjiptono bahwa keputusan distribusi harus menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial.¹¹⁷

Penyediaan perusahaan jasa haruslah mementingkan tempat saluran distribusi guna mengembangkan bisnis yang dijalankan, dengan tempat yang strategis nasabah dapat berinteraksi dengan mudah. BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dalam meningkatkan kapabilitas distribusi produk dan layanan didukung oleh tempat atau letak kantor yang strategis, yaitu di Kota Medan yang merupakan pusat kegiatan perekonomian masyarakat. Banyak keunggulan dari tempat distribusinya yaitu: lokasinya yang berada di sekitar pasar yang merupakan pusat kegiatan perekonomian masyarakat, sarana yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum, lokasi yang dapat dilihat dengan jelas, lingkungan yang

¹¹⁷Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, h. 43.

baik untuk mengembangkan bisnis usaha. Dengan kelebihan dan keunggulan dari saluran distribusi atau tempat, masyarakat akan dapat mengetahui dan menjangkau dengan mudah keberadaan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Sehingga tidak menuntut kemungkinan masyarakat akan lebih mudah tertarik dan bergabung menjadi nasabahnya.

4) Strategi promosi

Promosi merupakan bagian dari *marketing mix*. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama penting dengan ketiga kegiatan di atas, baik produk, harga, dan distribusi. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Menurut Kotler, promosi atau komunikasi pemasaran terdiri atas tiga sarana atau alat yang penting yakni: periklanan (*advertising*), publisitas (*publicity*), dan penjualan pribadi (*personal selling*).¹¹⁸ Dalam menghadapi persaingan, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan juga melakukan promosi. Sarana promosi yang digunakan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dalam memasarkan produk-produknya, meliputi: iklan, publisitas dan penjualan pribadi.¹¹⁹

a) Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah setiap bentuk penyajian dan promosi bukan pribadi akan gagasan, barang atau jasa yang dibayar oleh sebuah sponsor tertentu.¹²⁰ Dalam kegiatan pemasarannya, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan masih kurang begitu memaksimalkan kegiatan promosi dalam bentuk periklanan sebagai suatu cara yang paling efektif dan diminati oleh masyarakat umum. Hal ini dikarenakan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan tidak memberikan porsi yang lebih besar karena akan menimbulkan pemborosan. Promosi melalui iklan sangat difokuskan pada media yang merupakan media pasar sasarannya. Media periklanan yang digunakan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dalam memasarkan produk-produknya berupa pemasangan gambar-gambar, poster, spanduk, brosur, dan lain-lain di tempat tertentu. BMT Mandiri Abadi Syariah

¹¹⁸Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran...*, h.167.

¹¹⁹Totok Darsono, *Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan*, wawancara pada tanggal 21 Januari 2018 di Kota Medan.

¹²⁰Kasmir, *Manajemen Perbankan...*, h. 247.

Kota Medan hanya menggunakan spanduk yang dipasang di tempat-tempat yang banyak dikunjungi masyarakat umum seperti di pusat kota, perguruan tinggi, majlis taklim, pedagang baik pengusaha kecil, menengah dan pedagang besar. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir pengeluaran terhadap kegiatan pemasaran. Oleh karenanya penempatan spanduk hanya dipasang di tempat-tempat strategis.

Sedangkan untuk brosur, diberikan kepada setiap nasabah yang datang ke kantor. BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan menampilkan bentuk brosur semenarik mungkin yaitu dengan susunan *layout* brosur yang menggunakan tata warna, *design*, kata-kata, dan grafis yang baik agar menimbulkan kesan eksklusif sehingga konsumen tertarik untuk membacanya. Brosur tersebut memuat tentang persyaratan, produk, keuntungan, dan keistimewaan serta fasilitas-fasilitas yang diberikan. Dengan demikian, para nasabah atau calon nasabah dapat mengenal dan mengetahui produk yang dipilihnya berdasarkan informasi yang didapatkan dari brosur tersebut. Peranan brosur untuk mempromosikan produk dan jasa BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan terlihat cukup efisien, karena keberadaan brosur dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan cukup berperan bagi peningkatan pendapatan.

b) Publisitas (*Publicity*)

Publisitas merupakan sarana promosi yang digunakan BMT untuk menarik nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, seminar, perlombaan dan lainnya.¹²¹ Kegiatan publisitas yang dilakukan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah dengan melalui kegiatan amal yaitu santunan anak yatim. Tujuan ini memberikan kepercayaan kepada masyarakat. Selain bertujuan untuk meningkatkan profit, juga mengedepankan sosial masyarakat dengan memberikan santunan kepada anak yatim. Walaupun kegiatan amal tersebut dilakukan hanya satu tahun sekali, tapi hal itu dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Oleh karenanya menurut penulis, kegiatan amal tersebut harus tetap ada dan bahkan ditingkatkan lagi dengan cara mencari donatur dari nasabah BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Sehingga masyarakat akan semakin percaya bahwa kegiatan BMT

¹²¹*Ibid*, h. 247.

Mandiri Abadi Syariah Kota Medan tidak hanya mencari *profit oriented* saja, tetapi juga memperhatikan kemaslahatan ummat. Sebagaimana yang diungkapkan Ismail bahwa perbankan syariah beroperasi semata-mata tidak hanya berdasarkan keuntungan yang diperoleh, akan tetapi juga mempertimbangkan pada kemakmuran masyarakat.

c) Penjualan pribadi (*personal selling*)

Proses *personal selling* yang dilakukan secara *door to door* atau kunjungan rumah dalam dataran teoritis memiliki dua sisi yang berlawanan. Pada satu sisi, *personal selling* melalui kunjungan ke rumah dapat berdampak negatif karena adanya asumsi bahwa kunjungan ke rumah akan mengganggu privasi dari calon konsumen (masyarakat). Sedangkan di sisi lain, model *personal selling* tersebut memiliki kelebihan yang paling mendasar yakni pada dataran jalinan hubungan antara konsumen dengan produsen. Menurut Kotler *personal selling* dapat menyebabkan timbulnya hubungan yang khusus antara agen dengan konsumen, tidak lagi hanya berorientasi pada hubungan ekonomi semata namun juga dapat berubah menjadi hubungan khusus seperti persahabatan.¹²²

Dari jalinan hubungan khusus tersebut, menurut penulis akan berpeluang memunculkan efek-efek yang dapat menguntungkan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Secara tidak langsung, hubungan khusus tersebut dapat dijadikan indikator tingkat kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan terkait dengan produk tersebut. Tingkat kepercayaan tersebut akan dapat memberikan efek berkelanjutan yang baik terhadap perkembangan konsumen. Maksud dari efek berkelanjutan adalah konsumen akan dapat berfungsi sebagai agen terusan atau *gethuk tular* yang juga bisa jadi akan menawarkan produk yang telah dibelinya kepada teman-teman atau orang lain.

Hal itu tentu karena telah terjalinnya kepercayaan dan kepuasan layanan terhadap produk yang telah dipilih dan dibelinya *Personal selling* juga bisa berfungsi sebagai antisipator perubahan situasi persaingan pasar. Maksud dari keuntungan ini berhubungan dengan peluang timbulnya efek hubungan yang terjalin antara konsumen dengan agen *personal selling* sebagai representasi BMT

¹²²Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran...*, h. 101.

Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Dengan adanya hubungan baik yang dilandasi kepercayaan dan kepuasan layanan oleh konsumen, maka situasi perkembangan persaingan pasar tidak akan menjadi permasalahan.

Melalui *personal selling* ini juga BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan melakukan strategi jemput bola. Maksudnya seorang karyawan mendatangi nasabahnya yang hendak melakukan transaksi. Hal ini merupakan pelayanan prima yang diberikan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan kepada nasabahnya. Sehingga akan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi, tanpa harus pergi ke kantor. Dengan adanya kemudahan ini nasabah akan lebih puas dan loyal terhadap BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

Menurut penulis, dengan adanya kepercayaan dan kepuasan konsumen, maka kemungkinan konsumen untuk tertarik dengan produk yang baru atau bahkan berpaling kepada produk yang baru sangat kecil. Logikanya, seorang konsumen tidak akan mempertaruhkan kepercayaan dan kepuasan yang telah diperolehnya dengan berpaling pada produk baru yang belum tentu dapat memberikan kepercayaan dan kepuasan sebagaimana produk yang telah dibelinya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat diketahui bahwa aspek promosi memiliki relevansi dominan dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Implementasi produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dalam produk simpanan *wadi'ah* telah sesuai dengan hukum ekonomi Islam karena telah terpenuhi syarat dan rukun simpanan *wadi'ah*. Dalam produk simpanan deposito *mudharabah* yang dipraktikkan oleh lembaga BMT Mandiri Abadi Syariah belum sepenuhnya sesuai dengan konsep bagi hasil *mudharabah* menurut hukum ekonomi Islam. Hal ini karena dalam pelaksanaannya ada yang sudah sesuai menurut hukum ekonomi Islam dan ada pula yang tidak sesuai, dilihat dari analisis penulis dari segi rukun akad *mudharabah* serta syarat yang terkait terhadap rukun tersebut. Penulis menemukan beberapa ketidaksesuaian terutama dalam segi perhitungan bagi hasil *mudharabah* yang dipraktikkan oleh lembaga BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Kemudian dalam pembiayaan *Murabahah* telah sesuai dengan hukum ekonomi Islam karena dalam pelaksanaannya tidak ada mengandung *maisyir*, *gharar*, haram, riba dan sebagainya. Begitu juga dengan pelaksanaan pembiayaan *Mudharabah* dalam pelaksanaannya telah sesuai dengan hukum ekonomi Islam.
2. Strategi pemasaran yang dilakukan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dalam meningkatkan jumlah nasabahnya adalah dengan (a) Meningkatkan pelayanan kepada nasabah. (b) Penambahan inventaris kantor. (c) Meningkatkan kualitas SDM. (d) Meningkatkan kegiatan promosi kepada masyarakat. (e) Meningkatkan kualitas keagamaan melalui kajian syariat Islam. Dengan menggunakan strategi tersebut kegiatan pemasaran yang dilakukan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan berjalan lebih terarah dan efisien. Dengan berjalannya kegiatan pemasaran yang baik ini, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan mampu menghadapi persaingan yang ketat serta akan lebih mudah menarik masyarakat untuk bergabung dengan perusahaannya. Sehingga hal

ini akan berdampak pada peningkatan jumlah nasabah BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Hal ini terbukti dengan semakin meningkatnya jumlah nasabah BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan tiap tahunnya. Peningkatan tersebut akan terus terjadi jika BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan semakin gencar dan aktif dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Oleh karenanya, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan harus selalu meningkatkan kegiatan pemasarannya secara terpadu dan terus menerus melalui berbagai strategi pasar karena mengingat semakin banyaknya pesaing baik lembaga keuangan sejenis maupun lembaga keuangan lain yang menjadi pesaing potensial.

B. Saran

Dari pengamatan penulis mengenai strategi pemasaran produk yang diterapkan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan, maka adapun saran yang ingin penulis sampaikan setelah menguraikan kesimpulan antara lain:

1. BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan lebih giat lagi dalam melakukan kegiatan pemasarannya, tidak hanya melalui *personal selling* saja, tetapi juga dengan menggunakan alat promosi lainnya. Hal ini dikarenakan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang sistem operasional BMT serta produk-produknya.
2. BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan sebaiknya melakukan strategi alternatif secara intensif agar dapat meningkatkan volume penjualan dengan terus mengoptimalkan kegiatan pemasaran dengan melakukan kegiatan promosi dengan lebih efektif dan efisien. Promosi juga perlu didukung dengan anggaran untuk mendukung kegiatan tersebut, Selain itu juga BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan harus meningkatkan inovasi produk agar masyarakat semakin tertarik dengan produk-produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010).
- Amirullah, Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005).
- Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2005).
- Erni Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Cet. Ke-5), (Jakarta: Kencana, 2010).
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008).
- Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013).
- Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam*. (Yogyakarta: BPFE, 2001).
- Hermawan Kertajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006).
- Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010).
- Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014).
- Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2011).
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012).
- Kismono, Gugup, *Bisnis Pengantar*, (Yogyakarta: BPFE, 2001).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008, Jilid 1).
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012).
- M. Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah Dan Implementasinya Dalam Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009).

- Makhalul Ilmi, *Teori & Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII Pers, 2002).
- Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008).
- Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2004).
- Musfiqon, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2012).
- Nur Syamsudin Buchori, *Koperasi Syariah Teori dan Praktik*, (Tangerang Selatan: Pustaka Aufa Media, Cet ke-1, 2012).
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005).
- Sukmadinata, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Graha Aksara, 2006).
- Sumarni, Murti, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberti, 2002).
- Thamrin Abdullah Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: ANDI, 2012).
- Wirduyaningsih, dkk., *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005).
- Yusuf Qhardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Terjemah Zainal Arifin (*et.al*), (Jakarta: Gema Insani Press, 1997).

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arif Hidayat
NPM : 1401280041
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Agama Islam
Alamat : Platina IV, Gg. Mn. Lubis

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Dalam Memilih Produk BMT Mandiri Abadi Syariah”.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, maka kesalahan dan kekeliruan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya, saya ucapkan terima kasih.

Medan, 05 Maret 2018

Yang Membuat Pernyataan



Arif Hidayat

Kepada Yth :**Bapak Dekan Fakultas Agama Islam**

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Di-

Tempat

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

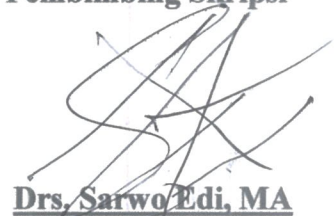
Setelah membaca, meneliti dan memberi saran-saran penelitian sepenuhnya terhadap skripsi mahasiswa Titin Agustia yang berjudul **“Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Dalam Memilih Produk BMT Mandiri Abadi Syariah”**.

Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan diajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing Skripsi



Drs. Sarwo Edi, MA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Arif Hidayat
Tempat/Tgl. Lahir : Masnauli, 19 Desember 1995
Jenis kelamin : Laki- Laki
Agama : Islam
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Agama Islam
Anak Ke : Empat (4) dari (4) Bersaudara
Ayah : Ahmad Sajiran
Ibu : Painem
Alamat : Platina IV. Gg. Mn. Lubis
Status : Belum Menikah
No. Handphone : 085262349819

Pendidikan :

1. SD N 157641 Masnauli 2 Tamat Tahun 2008.
2. SMP N 1 Manduamas Tamat Tahun 2011.
3. SMA N 1 Manduamas Tamat Tahun 2014.
4. Tercatat Sebagai Mahasiswa Semester Akhir Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Tahun 2018.

Demikian Daftar Riwayat Hidup ini saya perbuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Medan, 05 Maret 2018

Hormat Saya



Arif Hidayat
NPM. 1401280041



Unggul Beribadah & Berprestasi

Etika menjajwab sarung, kemeja, dan sarung

MAJELIS PENYIANG TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
Kepada : Yth Dekan Fai UMSU
Di
Tempat

12 Safar 1439 H
14 Nopember 2017 M



Dengan Hormat
Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Arif Hidayat
Npm : 1401280041
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Kredit Kumalatif : 3,22
Megajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Dalam Memilih Produk BMT Mandiri Abadi Syariah	<i>[Signature]</i> 14/11/2017	Drs. Sauro <i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i> 14/11/17 M
2	Analisis Peranan Lazismu Terhadap Pemberdayaan Perekonomian Umat Islam			
3	Analisis Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Mandiri Abadi Syariah Terhadap Pemberdayaan Usaha (Produktif)			

Demikian Permohonan ini Saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
Hormat Saya
[Signature]
(Arif Hidayat)

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setuju dan tanda silang pada judul yang di tolak



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id



**BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**

Pada hari ini Kamis , Tanggal 11 Januari 2018 M telah diselenggarakan Seminar Proposal Program Studi Manajemen Bisnis Syariah menerangkan bahwa :

Nama : Arif Hidayat
Npm : 1401280041
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Minat Nasabah Dalam Memilih Produk BMT Mandiri Abadi Syariah

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	
Bab I	
Bab II	Penelitian terdahulu
Bab III	
Lainnya	
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, 11 Januari 2018

Tim Seminar

Ketua

Isra Hayati, S. Pd, M.Si

Sekretaris

Khairunnisa, MM

Pembimbing

(Drs. Sarwo Edi, MA)

Pembahas

(Dewi Maharani, S.Pd, M.Si)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400

Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar Proposal Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang diselenggarakan pada tanggal 11 Januari 2018 M menerangkan bahwa :

Nama : Arif Hidayat
Npm : 1401280041
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Minat Nasabah Dalam Memilih Produk BMT Mandiri Abadi Syariah

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi Syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing

Medan, 11 Januari 2018

Tim Seminar

Ketua Program Studi


(Isra Hayati, S. Pd, M. Si)

Sekretaris Program Studi


(Khairunnisa, MM)

Pembimbing

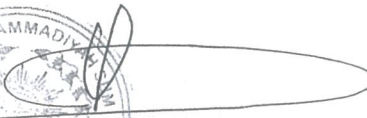

(Drs. Sarwo Edi, MA)

Pembahas


(Dewi Maharani, S.Pd, M.Si)

Diketahui/ Disetujui

A.n Dekan
Wakil Dekan I


Zailani, S.PdI, M.A



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
Website : www.umsu.ac.id Email : rektor@umsu.ac.id

Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Nomor : 06./II.3/UMSU-01//F/2018
Lamp : -
Hal : *Izin Riset*

26 R Akhir 1439 H
13 Januari 2018 M

Kepada Yth : **Pimpinan BMT Mandiri Abadi Syariah**
Di

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum wr.wb.

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan Skripsi Mahasiswa guna memperoleh Gelar Sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada Mahasiswa kami yang mengadakan Penelitian/Riset dan Pengumpulan Data dengan :

Nama : **Arif Hidayat**
NPM : **1401280041**
Semester : **VII**
Fakultas : **Agama Islam**
Jurusan : **Manajemen Bisnis Syariah**
Judul Skripsi : **Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Dalam Memilih Produk BMT Mandiri Abadi Syariah**

Demikianlah hal ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Dekan, 



Dr. Muhammad Qorib, MA

CC. File

KOPERASI SYARIAH



BMT Mandiri Abadi *Syariah*

Mandiri, Profesional dan Amanah



IZIN NOMOR : 518/07/SISP/DK.UKM/XI/2015

Alamat Kantor : Jl. Pelajar Timur No.217 Medan Denai Hp.0821 6614 3330 bmtmasmedan@gmail.com

Medan, 31 Januari 2018

Nomor : No.007/B/SK-RISET/BMT-MAS/I/2018

Lampiran : -

Hal : **Persetujuan Riset**

Kepada Yth,

Bapak/Ibu Pimpinan

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Di tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan Hormat,

Menanggapi surat bapak/Ibu Pimpinan UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA No.06/II.3/UMSU-01//F/2018 Mengenai permohonan Izin Riset di BMT Mandiri Abadi Syariah dapat kami terima atas nama,

Nama : ARIF HIDAYAT

Npm : 1401280041

Semester : VIII (DELAPAN)

Program studi : S1/Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa Mahasiswa Tersebut Benar telah mendapat persetujuan untuk melakukan Riset di kantor BMT Mandiri Abadi Syariah guna untuk menyelesaikan program Studi STRATA I (S-1) UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA.

Demikian Kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

KETUA

BMT MANDIRI ABADI SYARIAH



Totok Darsono



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
UPT PERPUSTAKAAN

Alamat : Jalan Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. 6624567 –Ext. 113 Medan 20238

Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya.

SURAT KETERANGAN

Nomor : 1498 /KET/II.3-AU/UMSU-P/M/2018



Berdasarkan hasil pemeriksaan data pada Sistem Perpustakaan, maka Pelaksana Tugas (Plt.) Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan ini menerangkan :

N a m a : **Arif Hidayat**
N P M : 1401280041
Fakultas : Agama Islam
Jurusan : Manajemen Bisnis Syari'ah

telah menyelesaikan segala urusan yang berhubungan dengan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 18 Jum. Akhir 1439 H.
06 Maret 2018 M



Plt. Kepala UPT Perpustakaan

Muhammad Arifin, S.Pd, M.Pd

LAMPIRAN

HASIL WAWANCARA

Nara Sumber : Totok Darsono

Jabatan : Manager BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan

Tanggal : 21 Januari 2018

Tempat : Di Kantor BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan

1. Apakah yang dimaksud dengan BMT Mandiri Abadi Syariah?

Jawab:

BMT (*Baitul Maal Wat Tamwil*) adalah suatu usaha yang bergerak di bidang jasa yang berupa simpan mikro syariah yang dapat berfungsi sebagai tabungan juga dapat sebagai pinjaman (pembiayaan). Sistem perekonomian adalah sebuah hal besar yang menjadi syarat utama dalam memajukan sebuah masyarakat. Bank dan koperasi menjadi tempat yang sangat dicari oleh sebagian besar masyarakat untuk mendapatkan pinjaman demi memenuhi kebutuhan sehari-harinya, namun sistem yang digunakan oleh sebagian besar bank dan koperasi konvensional pada umumnya adalah sistem bunga, dimana dalam pandangan Islam bunga bank dan sejenisnya adalah termasuk ke dalam riba yang sudah sangat jelas dilarang oleh agama Islam. BMT merupakan usaha perbankan, yakni menghimpun dana anggota dan calon anggota (nasabah) serta menyalurkan pada lembaga ekonomi yang halal dan menguntungkan. Banyaknya masyarakat yang memerlukan modal untuk memulai usaha kecil dan kesulitan mencari pinjaman modal dan terjerumus dalam pinjaman yang tidak sesuai syariah (riba).

2. Kapan BMT MAS memulai usahanya?

Jawab:

Sesuai dengan surat rekomendasi “Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil” (PINBUK) Perwakilan Provinsi Sumatera Utara yang memberikan rekomendasi “Koperasi Simpan Pinjam Syariah *Baitul Maal Wat Tamwil*/Balai Usaha Mandiri Terpadu” kepada “KS BMT Mandiri Abadi Syariah.” Atas dasar rekomendasi dan PINBUK tersebut di atas, BMT Mandiri Abadi Syariah ini memulai kegiatan usaha secara resmi pada tanggal 1 Februari 2015, Berkedudukan di Jalan Pelajar Timur Nomor 217, Kelurahan Binjai, Kecamatan Medan Denai, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara.

3. Apa saja yang menjadi landasan, azas dan prinsi BMT Mandiri Abadi Syariah dalam melaksanakan usahanya?

Jawab:

Prinsip utama sistem operasional pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan bersumber dari Al-Qur’an dan Al Hadist. Kegiatan operasional pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan harus memperhatikan larangan dari kedua sumber tersebut. Larangan terutama berkaitan dengan kegiatan yang dapat diklasifikasikan sebagai riba. Adapun landasan, azas, dan prinsip BMT Mandiri Abadi Syariah yaitu:

- a. Koperasi Syariah BMT Mandiri Abadi Syariah berazaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 serta berazaskan kekeluargaan.
- b. Koperasi sebagai Badan Usaha dalam melakukan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi serta koperasi yaitu:
 - 1) Keanggotaannya bersifat sukarela dan terbuka;

- 2) Pengelolaan dilakukan secara demokratis;
- 3) Pembagian Sisa Hasil Usaha (SHU) dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa masing-masing anggota;
- 4) Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal;
- 5) Melaksanakan pendidikan perkoperasian bagi anggota;
- 6) Kerjasama antara koperasi.

Terdapat beberapa kenyataan yang memberikan landasan yang kuat pada BMT sebagai gerakan koperasi antara lain:

- a. BMT didirikan dengan idealisme pemberdayaan ekonomi masyarakat bawah.
- b. BMT didirikan dengan motivasi moral keagamaan yang mendorong adanya komitmen moral dan para pendirinya.
- c. BMT didirikan dengan semangat kemandirian untuk memperkuat lembaga keuangan masyarakat bawah.
- d. BMT didirikan dengan semangat kekeluargaan untuk meningkatkan kualitas masyarakat.
- e. BMT lebih menyebar ke akar rumput dengan skala ekonomi yang kecil.
BMT memiliki potensi dana pendukung sosial yaitu dana zakat, infaq, dan sodaqah yang memiliki prospek untuk pengembangan ekonomi kecil.

4. Apakah yang menjadi tujuan didirikannya BMT Mandiri Abadi Syariah?

Jawab:

Tujuan didirikan BMT Mandiri Abadi Syariah yaitu:

- a. Koperasi didirikan dengan tujuan untuk memajukan kesejahteraan ekonomi dan kegiatan usaha anggota dan masyarakat umum.
- b. Menjadi gerakan ekonomi rakyat serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional untuk mencapai tujuan dimaksud maka koperasi menyelenggarakan kegiatan usaha sebagai berikut:
 - 1) Mengadakan pembiayaan usaha kepada anggota;
 - 2) Mengadakan pembiayaan barang jatuh tempo (*Murabahah*);
 - 3) Mengadakan pemabayaran total bagi hasil (*Mudharabah*);
 - 4) Pembelian barang bagi hasil;
 - 5) Mengadakan usaha penyaluran sembako;
 - 6) Menyediakan perumahan/tanah kaplingan bagi anggota maupun non anggota;
 - 7) Menjalankan usaha dalam bidang jasa pengangkutan tranfortasi serta penyewaan (*rental*) kendaraan;
 - 8) Menjalankan usaha perdagangan umum, termasuk ekspor dan import;
 - 9) Menjalankan usaha dalam bidang *cleaning service*;
 - 10) Menjalankan usaha di bidang pengadaan pupuk, bibit, obat-obatan dan sarana/peralatan pertanian ataupun peternakan;
 - 11) Menjalankan usaha perbengkelan (mekanik dan elektrikal);
 - 12) Menjalankan usaha dalam bidang penjilitan dan jasa periklanan serta penyediaan alat-alat tulis kantor;
 - 13) Menjalankan usaha dalam bidang pengadaan warung post dan telekomunikasi;
 - 14) Menjalankan usaha dalam bidang pengadaan air minum kemasan maupun isi ulang;
 - 15) Menjalankan usaha dalam bidang kredit sepeda motor dan mobil;
 - 16) Menjalankan usaha dalam bidang *home* industri-industri kecil dan menengah;
 - 17) Menjalankan usaha pembayaran tagihan rekening listrik, air, telepon, tiket pesawat dan *travelling*.

BMT secara umum mempunyai misi dan fungsi dalam penerapan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan ekonomi, memberdayakan usaha mikro, serta membina kepedulian kepada dhuafa secara berpola dan berkesinambungan. BMT juga bertujuan untuk memberikan manfaat kepada anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya serta meningkatkan kekuatan dan posisi tawar pengusaha mikro.

5. Apakah yang menjadi visi dan misi BMT Mandiri Abadi Syariah?

Jawab:

Adapun yang menjadi Visi BMT Mandiri Abadi Syariah yaitu “menjadi koperasi syariah yang Mandiri, Abadi, Profesional, dan Amanah mengutamakan Syariah untuk menghindari riba.” dan Misi BMT Mandiri Abadi Syariah yaitu: 1) Memajukan kesejahteraan ekonomi bagi anggota; 2) Membebaskan anggota dari cengkraman Rentenir dan Riba; 3) Memberi pelayanan terbaik kepada anggota. 4) Menghimpun Dana anggota untuk diberikan nilai tambah secara syariah.

6. Apa saja produk yang ditawarkan BMT Mandiri Abadi Syariah kepada nasabah?

Jawab:

Koperasi syariah BMT Mandiri Abadi Syariah Medan memiliki beragam jenis produk yang ditawarkan kepada nasabah, sehingga memudahkan kepada calon nasabah yang ingin menabung, dapat menyesuaikan jenis tabungan apa yang hendak calon nasabah buat sesuai dengan keperluannya.

Jenis-jenis simpanan dan pembiayaan yang ditawarkan di BMT Mandiri Abadi Syariah Medan antara lain:

- a. Simpanan *Wadiah*

Simpanan *Wadiah* adalah simpanan dengan akad *wadiah*/titipan sebagai media transaksional yang fleksibel, dapat ditarik dan disetor kapan saja sesuai kebutuhan, dengan berbagai nilai plus yang menguntungkan dan bagi hasil yang cukup tinggi.

Persyaratan untuk membuat simpanan *wadiah*, terdiri dari:

- 1) Setoran sesuai dengan rencana anda minimum Rp.10.000 maksimum tidak terbatas.
- 2) Nisbah 80:20 (BMT:Pembiayaan).
- 3) Biaya Administrasi perbulan tidak ada/*free*.

- b. Simpanan Berjangka

Simpanan berjangka adalah simpanan dengan akad *mudharabah*, memeberikan bagi hasil yang cukup besar dan fleksibel, aman, halal dan barokah karena dikelola murni secara syariah.

Persyaratan untuk membuat simpanan berjangka, yaitu:

- 1) Minimal simpanan Rp.1.000.000, jangka waktu 6 bulan dan 72 bulan.
- 2) Biaya administrasi perbulan tidak ada/*free*.

Untuk semua simpanan mengisi formulir pembukaan simpanan, dengan bukti identitas diri, yakni *Fotocopy* KTP/SIM/Kartu Pelajar + *Fotocopy* KRT + Pas Photo 2 Lembar.

- c. *Murabahah*

Murobahah adalah pembiayaan dengan akad jual beli barang pada harga perolehan (harga pokok) ditambah keuntungan atau margin yang disepakati oleh kedua belah pihak (BMT dengan Anggota).

- d. *Mudharabah*

Mudharabah adalah pembiayaan dengan akad kerjasama usaha/perniagaan antara BMT dengan anggota pengelola dana untuk diusahakan dengan porsi keuntungan

atau margin akan dibagi bersama sesuai yang disepakati dimuka oleh kedua belah pihak (BMT dengan Anggota).

e. *Musyarakah*

Musyarakah adalah pembiayaan dengan akad kerjasama usaha/perniagaan antara BMT dengan anggota pengelola dimana masing-masing pihak berkontribusi modal dan keahliannya masing-masing, besaran nisbah bagi hasil disepakati dimuka oleh kedua belah pihak (BMT dengan Anggota).

f. *Ijarah*

Ijarah adalah pembiayaan dengan akad sewa atas manfaat dari sebuah *asset*, dengan tambahan keuntungan yang disepakati oleh kedua belah pihak (BMT dengan Anggota).

g. *Ar-Rahn*

Ar-Rahn adalah pembiayaan dengan akad gadai dimana BMT tidak memperoleh apa-apa kecuali imbalan penyimpanan barang yang digadaikan.

h. *Qordul Hasan*

Qordul Hasan adalah pembiayaan dengan akad pinjaman dana kepada pihak yang dinilai layak untuk mendapatkannya, peminjam hanya berkewajiban membayar kembali pokok pinjamannya ini hanya untuk kaum dhuafa.

7. Apa saja persyaratan untuk menjadi nasabah BMT Mandiri Abadi Syariah?

Jawab:

Adapun persyaratan secara umum untuk menjadi nasabah BMT Mandiri Abadi Syariah antara lain:

- a. Telah terdaftar sebagai anggota selama 3 bulan.
- b. Mengisi dan menandatangani Aplikasi Akad Pembiayaan.
- c. *Fotocopy* KTP Pemohon + suami/istri + Kartu Keluarga.
- d. Jaminan disesuaikan dengan besarnya nilai pembiayaan.

8. Bagaimana Struktur Organisasi BMT Mandiri Abadi Syariah?

Jawab:

Mengenai Struktur Organisasi BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dapat dilihat pada dokumen AD/ART BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

9. Berdasarkan Struktur Organisasi BMT Mandiri Abadi Syariah, mohon penjelasannya mengenai tugas dan kewenangan masing-masing bagian?

Jawab:

a. Rapat Anggota Tahunan

Rapat Anggota Tahunan merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam koperasi. Di dalam rapat anggota koperasi, pembuatan program kerja koperasi tersebut dipegang langsung oleh kekuasaan tertinggi dalam koperasi.

Tugas Pokok Rapat Anggota Tahunan yaitu:

- 1) Menetapkan Anggaran Dasar/ART;
- 2) Menetapkan kebijakan umum di bidang organisasi, manajemen dan usaha koperasi;
- 3) Menyelenggarakan pemilihan, pengangkatan, pemberhentian, pengurus dan atau pengawas;
- 4) Menetapkan rencana kerja, rencana anggaran pendapatan dan belanja koperasi serta pengesahan laporan keuangan;

- 5) Mengesahkan laporan pertanggungjawaban pengurus dan pengawas dalam melaksanakan tugasnya;
 - 6) Menentukan pembagian sisa hasil usaha;
 - 7) Menetapkan keputusan penggabungan, peleburan dan pembubaran koperasi.
- b. Dewan Pengawas Syariah
- Dewan Pengawas Syariah merupakan lembaga yang memberikan fatwa, informasi dan pandangan-pandangan yang dianggap perlu dalam hal ketetapan pola, akad dan hansaksi-transaksi lainnya di koperasi syariah BMT Mandiri Abadi Syariah dengan syariah Islam sebagai dasar pedoman operasional.
- Tugas Pokok Dewan Pengawas Syariah, yaitu:
- 1) Terdisposisikannya produk-produk BMT sesuai syariah;
 - 2) Terevaluasinya program-program BMT;
 - 3) Membantu pengelolaan dalam rangka sosialisasi ekonomi syariah kepada anggota khususnya dan masyarakat umumnya;
 - 4) Melakukan evaluasi dan *monitoring* terhadap operasional BMT;
 - 5) Memberikan rekomendasi terhadap kelayakan kerjasama dengan pihak ketiga, khususnya dalam hal kesesuaiannya dengan prinsip syariah.
 - 6) Memberikan pandangan dan keputusan terhadap ketepatan produk-produk syariah BMT.
 - 7) Mengadakan pengawasan langsung maupun berjenjang dalam hal operasional dan keuangan.
- c. Manager
- Manager bertanggung jawab sebagai pengatur semua dalam seluruh kegiatan usaha pemasaran, persetujuan, ketepatan direksi dalam rangka pelaksanaan kegiatan penunjang perusahaan.
- Tugas Pokok Manager yaitu:
- 1) Melaksanakan kebijakan umum yang telah dibuat pengurus dan disetujui Rapat Anggota.
 - 2) Menyusun rancangan anggaran, dan rencana jangka pendek dan jangka panjang untuk selanjutnya disampaikan kepada pengurus untuk dibawa dalam Rapat Anggota.
 - 3) Terarsipkannya seluruh dokumen-dokumen, surat-surat serta notulen rapat secara baik.
 - 4) Menyetujui pembiayaan yang jumlahnya tidak melampaui batas wewenang manajemen.
 - 5) Menandatangani dan menyetujui permohonan pembiayaan sesuai batas wewenang.
 - 6) Melakukan pemantauan dan pengawasan terhadap operasional BMT Mandiri Abadi Syariah.
 - 7) Meningkatkan pendapatan dan menekan biaya.
 - 8) Mengusulkan kepada pengurus tentang penambahan, pengangkatan, pemberhentian, karyawan sesuai dengan kondisi dan kebutuhan operasional BMT Mandiri Abadi Syariah.
 - 9) Terselenggaranya absensi kehadiran karyawan dan didokumentasikan untuk penilaian.
 - 10) Menyelesaikan secepatnya apabila ada masalah yang berkaitan dengan mitra.
- d. Pembiayaan
- Pembiayaan bertanggung jawab untuk melakukan proses pembiayaan dan membuat akad pembiayaan serta surat-surat perjanjian lain.

Tugas Pokok Pembiayaan yaitu:

- 1) Melayani pengajuan pembiayaan para anggota dan mitra.
- 2) Membantu menyelesaikan pembiayaan bermasalah.
- 3) Memastikan analisis pembiayaan telah dilakukan sesuai prosedur.
- 4) Mengarsipkan seluruh berkas pembiayaan.
- 5) Mendata jaminan pembiayaan.
- 6) Membuat surat teguran dan peringatan kepada mitra yang telah jatuh tempo.
- 7) Mengontrol masa berlakunya persyaratan permohonan pembiayaan.
- 8) Membuat laporan pembiayaan bulanan.

e. Pembukuan

Pembukuan bertanggung jawab untuk mengelola administrasi keuangan hingga sampai laporan keuangan.

Tugas Pokok Pembukuan yaitu:

- 1) Membuat laporan keuangan BMT Mandiri Abadi Syariah.
- 2) Mengarsipkan laporan keuangan dan berkas-berkas yang berkaitan dengan keuangan.
- 3) Menyediakan data-data yang dibutuhkan untuk analisis keuangan BMT Mandiri Abadi Syariah.
- 4) Menerbitkan laporan keuangan atas persetujuan Manager.

f. Bendahara

Bendahara bertanggung jawab dalam melakukan pengelolaan keuangan BMT secara keseluruhan di luar unit-unit yang ada.

Tugas Pokok Bendahara yaitu:

- 1) Mengeluarkan laporan keuangan BMT kepada pihak yang berkepentingan.
- 2) Membuat laporan keuangan BMT (simpan pinjam dan sektor riil).
- 3) Melakukan analisis bila diperlukan dan memberikan masukan pada Rapat Badan Pengurus mengenai perkembangan BMT dari hasil laporan keuangan yang ada.
- 4) Memberikan laporan mengenai perkembangan simpanan wajib dan simpanan pokok anggota.
- 5) Melakukan evaluasi terhadap perkembangan simpanan pokok dan wajib.
- 6) Mendata ulang anggota yang masih belum melunasi kewajibannya dalam menyetor simpanan pokok dan simpanan wajib.
- 7) Melakukan koordinasi dengan sekertaris bila diperlukan mengenai kondisi anggota.

g. *Teller/Kasir*

Teller/Kasir bertanggung jawab dalam pengendalian dan mengatur semua proses yang berkaitan dengan pembiayaan serta transaksi sampai persiapan alat bantu transaksi.

Tugas Pokok *Teller/Kasir* yaitu:

- 1) Mengatur proses pembukaan dan pembuatan buku tabungan anggota baru.
- 2) Mengatur proses persiapan mulai dan pengajuan uang untuk transaksi harian sampai persiapan alat bantu transaksi.
- 3) Merekap data-data yang diberikan *Account Officer* kepada *teller*.
- 4) Menyusun laporan atau berkas ke dalam *database* anggota.
- 5) Melayani anggota dalam pembayaran dan penerimaan uang tunai dan tidak tunai (*cek/ giro*).

10. Salah satu produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah simpanan *wadiah*, bagaimana mekanisme simpanan *wadiah* tersebut?

Jawab:

Simpanan *wadiah* adalah salah satu produk penghimpunan dana yang dikeluarkan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dan merupakan salah satu jenis simpanan dengan menggunakan akad *Wadiah* (Titipan). Penyetoran simpanan ini dilakukan setiap bulan dan pengambilannya pada saat tertentu sesuai dengan waktu yang telah disepakati (tidak dapat diambil sewaktu-waktu). Dana yang terhimpun akan diinvestasikan secara produktif dalam bentuk pembiayaan kepada berbagai jenis usaha yang prospektif kepada usaha kecil menengah. Dalam bentuk penggalangan dana pihak ketiga yakni masyarakat dan anggota BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan, produk ini dilayani dengan 2 cara, pertama anggota atau calon anggota datang sendiri, kedua staf *marketing* melakukan jemput bola kepada anggota atau calon anggota, hal ini dilakukan untuk memberikan kemudahan kepada nasabah.

Penyaluran dana pada produk simpanan *wadiah* menggunakan akad *wadiah*, dimana titipan nasabah yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat apabila nasabah bersangkutan menghendaki. BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan bertanggung jawab atas pengembalian titipan. Kehadiran produk ini diharapkan mampu menjadi inovasi yang segar dan berkualitas sehingga siap jual dan mampu bersaing dengan produk sejenis pada lembaga keuangan yang lain. Pada gilirannya simpanan *wadiah* diharapkan banyak menarik minat untuk menabung di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

Wadiah adalah titipan nasabah yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat apabila nasabah bersangkutan menghendaki. BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan bertanggung jawab atas pengembalian titipan. Produk simpanan *wadiah* ini menggunakan *wadiah yad dhamannah* pengertiannya adalah titipan barang atau harta yang diamanatkan kepada orang lain untuk dijaga tetapi sipenerima titipan boleh menggunakan barang atau harta tersebut untuk dikelola supaya mendapatkan keuntungan dari barang atau harta yang telah dikelola tersebut. Dalam kerangka penyerahan dana *wadiah* ini, atas seizin BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dapat mengelola titipan dalam tujuan komersial, sehingga bila kemudian diperoleh keuntungan, BMT dapat memberikan bonus yang sebesar-besarnya tidak boleh ditetapkan secara pasti dimuka dengan dikalkulasi angka-angka rupiah atau prosentase atas nilai pokok dana *wadiah*.

Dana simpanan *wadiah* dicatat sesuai dengan besar jumlah dana disaat terjadi transaksi. Penerimaan yang diperoleh atas pengelola dana titipan diakui sebagai pendapatan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dan bukan berupa unsur keuntungan yang harus dibagikan. Pengakuan bonus dalam transaksi produk simpanan *wadiah* sebagai berikut:

- a. Pemberitahuan bonus kepada nasabah diakui sebagai beban pada saat terjadinya.
- b. Penerimaan bonus dari penempatan dana pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan diakui sebagai pendapatan pada saat kas diterima.
- c. Penerimaan bonus dari penempatan dana simpanan *wadiah*.
- d. Pengukuran dana simpanan *wadiah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

Dalam produk simpanan *wadiah* tidak terdapat riba karena menggunakan akad *wadiah yad dhamannah* dimana barang yang ditiptkan boleh digunakan untuk dikelola supaya mendapatkan keuntungan dari barang atau harta yang dikelola tersebut. Maka dari itu, apabila pengelola mendapatkan keuntungan dari barang atau harta yang dikelola

tersebut. Maka dari itu apabila pengelola mendapatkan keuntungan bisa dibagikan kepada yang menitipkan hartanya di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan khususnya pada produk simpanan *wadiah* dalam bentuk bonus. Oleh karena itu, bonus ini kemudian diwujudkan dalam bentuk hadiah.

11. Apa saja persyaratan untuk menggunakan simpanan *wadiah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan?

Jawab:

Persyaratan yang harus dipenuhi dalam membuat suatu simpanan *wadiah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah:

1. Setoran sesuai dengan rencana nasabah, minimal Rp.10.000,- dan maksimum tidak terbatas;
2. Nisbah atau bagi hasil adalah untuk BMT sebesar 80% dan untuk nasabah 20%;
3. Biaya administrasi perbulan tidak ada/ *free*.

12. Salah satu produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah simpanan Deposito *Mudharabah* (Simpanan Berjangka), bagaimana mekanisme simpanan Deposito *Mudharabah* (Simpanan Berjangka) tersebut?

Jawab:

“Prosedur Pembukaan pada Simpanan *Mudharabah* berjangka pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan ini tidak rumit, anggota hanya mengisi Aplikasi formulir Permohonan Pembukaan Rekening Tabungan yang telah disiapkan oleh lembaga, dan pengisiannya harus sesuai dengan identitas KTP Calon Anggota. Dalam Formulir juga tercantumkan Ahli waris, yang akan diwariskan kepada siapa tabungan tersebut. Dalam awal pembukaan Deposito Calon Anggota tidak dikenakan biaya administrasi. Pada prosedur penutupan pun akan secara otomatis ditutup dengan syarat penutupan harus dengan pemilik tabungan deposito atau deponan.

13. Apa saja persyaratan untuk menggunakan simpanan Deposito *Mudharabah* (Simpanan Berjangka) di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan?

Jawab:

“Syarat-syarat yang diperlukan dalam pembukaan prosedur Simpanan *Mudharabah* Berjangka (Deposito *Mudharabah*) pada perorangan yaitu melampirkan Fotokopi KTP/SIM/Kartu Pelajar, fotokopi KRT, dan disertai dengan 2 lembar Pasphoto berwarna. Batas minimum setoran pada deposito *mudharabah* di sini adalah Rp. 1.000.000,00 dan jangka waktu yang digunakan adalah 6 bulan dan 12 bulan, dan mendapatkan bagi hasil yang sesuai dengan pendapatan BMT. Jangka waktu yang digunakan dalam deposito *mudharabah* disini adalah sesuai dengan keinginan Anggota, menginginkan jangka waktu 6 bulan atau 12 bulan.

“Batas maksimum penarikan dana anggota adalah sesuai dengan jangka jatuh tempo dari simpanan deposito *mudharabah*. Jadi kalau ada anggota yang menghimpun dananya dengan akad deposito *mudharabah* dengan jangka waktu 6 bulan maka penarikan dananya pada tanggal jatuh tempo anggota menghimpun dana. Apabila dalam 6 bulan dana tidak diambil maka akan diperpanjang jangkanya secara otomatis, 6 bulan lagi perpanjangannya dan apabila sebelum jatuh tempo dana anggota diambil maka anggota akan dikenakan pinalty atau denda. Pinalty yang diterapkan dalam BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah apabila anggota menarik dananya sebelum jatuh tempo, maka pembagian hasilnya tidak boleh diambil, yang diambil hanya dana yang disimpan selama 6 bulan.

Dana anggota yang dihimpun dalam BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dengan jangka yang panjang, maka dana tersebut dengan leluasa akan digunakan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan untuk menginvestasikan kepada calon anggota yang membutuhkan dana. Dan apabila anggota deposan mengambil dananya sebelum jatuh tempo akan dikenakan *pinalty* atau denda, dengan tidak diberikan bagi hasil pada waktu itu, karena dana anggota deposan yang disimpan di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan diinvestasikan dan kadang dalam penginvestasikan ada dana yang macet. Oleh sebab itu dana yang apabila anggota mengambil dananya sebelum jatuh tempo bagi hasilnya tidak akan diberikan kepada Anggota deposan. Tetapi sebaliknya, apabila deposan mengambil dananya sesuai jatuh tempo maka BMT akan memberikan bagi hasil kepada deposan sesuai dengan pendapatan BMT.

“Nisbah bagi hasil yang diberikan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan kepada anggota itu akan diberikan secara otomatis, tetapi dalam perhitungannya sebenarnya kami memiliki penutan atau ketentuan tersendiri, diantaranya memakai prosentase keuntungan nasabah pada jangka waktu 6 bulan nisbah yang diberikan 65,7%, 12 bulan 70%, ketentuan tersebut yang diberikan oleh BMT. Jadi kami mengitung dari hasil keuntungan yang kami peroleh, dan dalam perhitungan itu akan dihitung secara otomatis langsung dalam komputer.

14. Salah satu produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah pembiayaan *murabahah*, bagaimana mekanisme pembiayaan *murabahah* tersebut?

Jawab:

Didalam fitur dan mekanisme pembiayaan *murabahah* ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Akad *murabahah* digunakan untuk memfasilitasi anggota BMT dalam melakukan pembelian kebutuhannya seperti: rumah, kendaraan, elektronik, *furniture*, pengadaan barang dagangan, bahan baku atau bahan pembantu produksi dan barang lainnya yang tidak bertentangan dengan syariah.
- b. Mekanisme pelaksanaan skema pembiayaan *murabahah* BMT boleh menunjuk bagian pembiayaan BMT sebagai *supplier* atas barang yang dibeli anggota dimana BMT akan mentransfer/menyetorkan dana pembelian barang langsung ke bagian pembiayaan BMT.
- c. BMT dapat mewakili pembelian barang tersebut pada bagian pembiayaan dengan cara memberikan akad *wakalah* jika bagian pembiayaan tidak memiliki stok barang, setelah secara prinsip barang menjadi milik BMT maka baru dilaksanakan akad jual beli *Murabahah*.
- d. Kemudian Anggota yang mengajukan pembiayaan harus *baligh* atau cakap hukum dan mempunyai kemampuan membayar.
- e. Harga jual ditentukan di depan pada awal perjanjian dan tidak boleh berubah selama jangka waktu pembayaran angsuran termasuk jika dilakukan perpanjangan waktu.
- f. BMT dapat meminta uang muka (*Urbun*) jika diperlukan, uang muka merupakan pengurang dari kewajiban anggota kepada koperasi. Besar uang muka relatif berdasarkan kesepakatan.
- g. Jangka waktu diupayakan tidak melebihi 1 (satu) tahun, jika lebih harus dikeluarkan SK dari pengurus.
- h. Jika anggota melakukan ingkar janji dalam pembayaran angsurannya maka BMT berhak mengenakan denda, kecuali disebabkan adanya musibah.

- i. Jika anggota melunasi kewajibannya sebelum jatuh tempo, kepadanya dapat diberikan “*Muqassah*” atau potongan margin berdasarkan kebijakan Manajemen BMT.
- j. BMT diperbolehkan untuk meminta jaminan kepada anggota atas piutang *murabahah*.

Dalam pemberian pembiayaan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan memiliki tahap-tahap yang sudah dirancang sedemikian rupa untuk mempermudah dalam proses pemberian pembiayaan bagi calon penerima fasilitas pembiayaan. Pada pemberian pembiayaan *murabahah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan juga menggunakan prinsip dasar pemberian pembiayaan dengan menggunakan aspek penilaian 5C dan 7P seperti bank maupun lembaga keuangan pada umumnya. Diantaranya 5C adalah *Character, Capacity, Capital, Collateral, Condition* sedangkan 7P yaitu, *Personality, Party, Perpose, Prospect, Payment, Profitability, Protection*.

Di dalam proses pembiayaan *murabahah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan terdapat 3 rukun *murabahah* yaitu: orang yang berakad (penjual dan pembeli), yang diakadkan (harga dan barang yang diakadkan), *sighat* (ijab dan qabul).

Adapun prosedur pemberian pembiayaan *murabahah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan yaitu:

- a. Pengajuan pembiayaan oleh calon nasabah
Dalam hal ini pemohon mengajukan permohonan pembiayaan yang dituangkan dalam suatu proposal. Kemudian dilampiri dengan berkas-berkas yang ditentukan. Pengajuan pembiayaan biasanya berupa wawancara oleh pihak pemohon dengan pengelola BMT khususnya bagian pembiayaan yang berisi:
 - 1) Latar belakang pemohon seperti riwayat hidup singkat (nama dan alamat), jenis usaha yang dijalankan dan lainnya.
 - 2) Maksud dan tujuan dari mengajukan pembiayaan tersebut, apakah untuk memperbesar usaha atau meningkatkan kapasitas produksi atau mendirikan cabang baru (perluasan) serta tujuan lainnya kemudian produk pembiayaan mana yang sesuai untuk diajukan.
 - 3) Besarnya pembiayaan dan jangka waktu. Dalam hal ini pemohon menentukan besarnya jumlah pembiayaan yang ingin diperoleh dan jangka waktu pembiayaannya.
- b. Pengajuan dengan melampiri berkas-berkas yang sudah ditentukan, diantaranya:
 - 1) Mengisi formulir pembiayaan;
 - 2) Fotocopy KTP suami dan istri;
 - 3) Fotocopy KK (kartu keluarga);
 - 4) Fotocopy keterangan domisili;
 - 5) Jaminan berupa sertifikat/BPKB:
 - a) Bila sertifikat disertai fotocopy bukti PBB;
 - b) Bila BPKB disertai fotocopy STNK;
 - 6) Surat kuasa jika diperlukan;
 - 7) Surat pendapatan slip gaji pegawai;
 - 8) Surat pendapatan bersih bagi pedagang;
- c. Penyelidikan berkas-berkas
Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah berkas yang diajukan sudah lengkap sesuai persyaratan dan sudah benar, termasuk menyelidiki keabsahan berkas. jika menurut pihak BMT belum lengkap atau belum cukup, maka nasabah diminta untuk segera melengkapi kekurangan tersebut.
- d. Dilakukan *survey*

Merupakan penyidikan kepada pemohon dengan melakukan pemeriksaan kelengkapan untuk mengetahui secara langsung kondisi usaha, karakter pemohon dan *checking* kebenaran data yang disampaikan serta meninjau berbagai obyek baik dari usaha yang dijalankan atau jaminan.

e. Pengolahan data

Dalam hal ini pihak BMT meneliti lagi berkas-berkas yang diajukan pemohon, dan membandingkan informasi yang diberikan pemohon dari hasil wawancara dan *survey* lalu menganalisa dan mempertimbangkan apakah pemohon layak untuk diberikan pembiayaan atau tidak.

f. Putusan pengajuan antara ditolak, diterima atau ditunda

Keputusan pembiayaan dalam hal ini adalah untuk menentukan apakah pembiayaan akan diberikan atau ditolak, jika diterima maka dipersiapkan administrasinya. Biasanya keputusan pembiayaan yang akan diumumkan mencakup:

- 1) Jumlah uang yang diterima;
- 2) Jangka waktu pembiayaan;
- 3) Biaya-biaya yang harus dibayar;
- 4) Waktu pencairan pembiayaan.

Sedangkan pembiayaan yang ditolak akan dikirim surat penolakan sesuai alasan masing-masing.

g. Penandatanganan akad pembiayaan/perjanjian lainnya

Kegiatan ini merupakan kelanjutan dari diputuskannya pembiayaan, maka sebelum pembiayaan dicairkan terlebih dahulu pemohon dan pengelola BMT yang berwenang (biasanya kepala operasional dan bagian pembiayaan) menandatangani akad pembiayaan, mengikat jaminan dan surat perjanjian atau pernyataan yang dianggap perlu.

h. Realisasi pembiayaan

Realisasi pembiayaan diberikan setelah penandatanganan akad pembiayaan dan surat-surat yang diperlukan serta menjadi anggota BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dengan membuka rekening tabungan. Karena salah satu syarat pembiayaan di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah menjadi anggota BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

i. Pengarsipan agunan, akad, dan lampiran-lampiran

Data serta berkas peminjam yang terdiri agunan, akad, dan lampiran lainnya diarsip dan diamankan agar sesuatu yang tidak diinginkan misalnya hilang tidak terjadi.

15. Salah satu produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah pembiayaan *mudharabah*, bagaimana mekanisme pembiayaan *mudharabah* tersebut?

Jawab:

Mudharabah adalah pembiayaan dengan akad kerjasama usaha/perniagaan antara BMT dengan anggota pengelola dana untuk diusahakan dengan porsi keuntungan atau margin akan dibagi bersama sesuai dengan yang disepakati di muka oleh kedua belah pihak (BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dengan anggota). Pembiayaan modal kerja di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja atau investasi yang digunakan untuk usaha seperti pembelian bahan dagangan, penambahan bahan baku produksi, dan pembelian alat-alat kerja.

Pembiayaan modal kerja yang ditetapkan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan memiliki 2 akad yaitu akad *Mudharabah* (bagi hasil) dan akad *Murabahah* (jual-beli). Akan tetapi pada kenyataannya hanya produk pembiayaan modal kerja yang berakad *Mudharabah* lah yang sering digunakan. Kenapa produk pembiayaan modal kerja yang berakad *Mudharabah* ini yang sering digunakan? Pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan menjelaskan sebagian besar penyimpulan dari proses negosiasi antara pihak BMT dengan nasabah atau anggota mengarahkan nasabah dengan fasilitas pembiayaan yang berakad *Mudharabah* saat pengajuan pembiayaan. Di samping itu kekurangan SDM (Karyawan) juga menjadikan kendala dalam mengembangkan pembiayaan modal kerja dengan akad *Mudharabah*.

Mekanisme akad *Mudharabah* pada produk pembiayaan modal kerja di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah sebagai berikut:

1) Pengajuan permohonan

Anggota atau calon anggota mengisi formulir dan memenuhi persyaratan pembiayaan modal kerja *Mudharabah*. Anggota harus mempunyai usaha dan memiliki agunan untuk dijaminkan kepada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

2) Analisa 5C

Setelah pengajuan permohonan pembiayaan dari anggota, selanjutnya pengelola BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan melakukan analisa pembiayaan dengan memperhatikan faktor 5C, yaitu:

a) *Character* (sifat)

Character merupakan sifat atau watak seseorang. Sifat atau watak dari seseorang yang akan diberikan kredit benar-benar harus dipercaya, anggota atau calon anggota harus memiliki reputasi yang baik.

b) *Capacity* (kemampuan)

Capacity adalah analisis untuk mengetahui kemampuan nasabah untuk membayar angsuran. Pendapatan yang meningkat diharapkan agar anggota mampu mengembalikan jumlah pembiayaan.

c) *Capital*

Capital adalah kondisi kekayaan yang dimiliki oleh usaha yang dikelola oleh anggota atau calon anggota.

d) *Condition*

Pembiayaan yang diberikan juga perlu pertimbangan kondisi ekonomi yang dikaitkan dengan prospek usaha calon anggota.

e) *Collateral*

Collateral adalah jaminan yang diberikan calon anggota baik secara fisik atau pun non fisik. Jaminan hendaknya melebihi jumlah pembiayaan yang diberikan.

3) Proses Akad

Setelah melakukan analisa pembiayaan, *manager* menjelaskan akad pembiayaan kepada calon anggota. Setelah calon anggota memahami dan sepakat dengan akad tersebut maka calon anggota menandatangani akad yang telah dibuat oleh admin BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

a) Proses Pencairan

Pencairan dana pembiayaan secara tunai diserahkan langsung kepada anggota pembiayaan setelah anggota menandatangani akad pembiayaan *Mudharabah*.

b) Pembayaran Angsuran

Anggota pembiayaan modal kerja *Mudharabah* dapat memilih sistem angsuran harian, mingguan, ataupun bulanan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Anggota dapat melunasi pembiayaan sebelum jatuh tempo.

16. Apa saja yang menjadi persyaratan dalam menggunakan produk pembiayaan *mudharabah* tersebut?

Jawab:

Persyaratan permohonan pembiayaan *Mudharabah* adalah sebagai berikut:

- a. Jujur dan Amanah;
- b. Mempunyai usaha atau sumber pendapatan yang jelas;
- c. Bersedia menjadi anggota BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan;
- d. Fotocopy KTP Suami, Istri, KK, Surat Nikah (2 Lembar);
- e. Fotocopy Surat Jaminan (2 Lembar);
- f. Fotocopy KTP Suami dan atas nama Jaminan, KK (2 Lembar);
- g. Mengisi formulir pembiayaan yang disediakan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan;
- h. Bersedia *survey* usaha, rumah dan bersedia mematuhi peraturan.

17. Salah satu produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah pembiayaan *Musyarakah* (Pembiayaan dengan Pengabungan Modal), bagaimana mekanisme pembiayaan *Musyarakah* (Pembiayaan dengan Pengabungan Modal) tersebut?

Jawab:

Adapun mekanisme akad pembiayaan *musyarakah* di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah sebagai berikut:

a) Pengajuan Pembiayaan

Pada tahap ini nasabah datang langsung ke BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan untuk mengajukan permohonan pembiayaan *musyarakah*. Dari pengajuan permohonan pembiayaan *musyarakah* tersebut nasabah mengisi formulir permohonan pembiayaan. Dimana dalam formulir tersebut terdapat data pemohon, data pembiayaan, data pekerjaan, data untuk wirausaha, nasabah menjelaskan kebutuhan dana sebagai modal kerja. Data jaminan, yang menjadi jaminan dalam pembiayaan *musyarakah*. Seperti contohnya jaminan tersebut berupa BPKB kendaraan, atau tanah, rumah, kantor atau toko. Kemudian formulir tersebut diserahkan kepada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan berserta kelengkapan administrasi seperti KTP, KK, Surat Nikah, Buku Tabungan ATM dan dokumen pendukung lainnya). Kemudian formulir tersebut diserahkan kepada *marketing* yang menanganinya berserta dengan syarat-syaratnya untuk kemudian di proses lebih lanjut.

b) Pemeriksaan

Setelah nasabah telah melengkapi semua persyaratan administrasi. Selanjutnya pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan menindak lanjuti pengajuan pembiayaan dengan *survey* ke tempat nasabah dengan melakukan identifikasi melalui pihak ketiga (tetangga terdekat nasabah). *Survey* tersebut dilakukan dengan tujuan untuk data-data atau informasi yang terkait pengajuan pembiayaan tersebut apakah sudah layak untuk diberi pinjaman atau belum. Selanjutnya melakukan pendataan terhadap anggunan serta kelayakan terhadap usaha nasabah. Ketika *Survey* yang dilakukan pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan ada 2 macam yaitu *survey* tempat tinggal dan *survey* tempat usaha nasabah. Ketika

mensurvey tempat tinggal pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan akan mencari data melalui pihak ketiga yaitu kerabat atau tetangga yang mengetahui katakter dari calon nasabah. Kemudian *survey* ke tempat usaha calon nasabah. Dari *survey* tersebut kemudian pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan melakukan evaluasi kelayakan pembiayaan yang diajukan nasabah dengan menggunakan 5 C (*character, capacity, capital, commitmen, dan collateral*). Dari survey dan analisa tersebut dapat diketahui layak atau tidaknya calon nasabah untuk mendapatkan pembiayaan. Dalam analisa yang memutuskan nasabah tersebut mendapatkan pembiayaan adalah dengan hasil musyawarah pihak komite.

c) Persetujuan pembiayaan

Setelah pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan mendapatkan data-data dari lapangan kemudian pihak komite dan pengelolanya menganalisa dan memusyawarahkan hasil *survey* yang telah dilakukan. Setelah adanya penganalisa dan musyawarah baru diambil keputusan apakah pembiayaan yang dilakukan oleh nasabah diterima atau ditolak. Jika pembiayaan tersebut diterima maka pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dapat meminta nasabah untuk melengkapi berkas-berkas yang dibutuhkan. Kemudian pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan menentukan besarnya pembiayaan yang akan diberikan dimana besarnya tersebut disesuaikan dengan keadaan dilapangan dan kemudian menentukan jadwal dilaksanakan akad.

d) Keputusan

Dalam mengambil keputusan calon nasabah tersebut diterima atau di tolak. Setelah permohonan pembiayaan *musyarakah* telah disetujui dalam musyawarah komite, maka admin legal segera membuat SP3 (surat pemberitahuan persetujuan pembiayaan) kepada calon nasabah dan membuat akad pembiayaan. Setelah itu menyiapkan akad *musyarakah* antara BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dan calon nasabah yaitu untuk pengikat persetujuan serta untuk penentuan besarnya bagi hasil. Dalam akad *musyarakah* pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan menjelaskan kepada calon nasabah ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam akad pembiayaan. Dimana dalam akad tersebut adanya suatu jaminan untuk suatu kehati-hatian pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan terhadap calon nasabah. Setelah memenuhi semua biaya administrasi, notaris, materai maka nasabah diminta untuk membuka rekening barulah pencairan dilakukan.

18. Salah satu produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah simpanan *wadiah*, bagaimana strategi pemasaran produk simpanan *wadiah* tersebut?

Jawab:

Strategi yang ditempuh oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah Strategi dalam menjual produk agar didapat hasil volume penjualan sebanyak mungkin atau semaksimal mungkin, dengan memperhatikan kepuasan nasabah. Dalam hal ini yang berkaitan dengan strategi yang diterapkan adalah strategi *promotion mix*. Di dalam strategi *promotion mix* terdapat empat variabel kegiatan yang merupakan inti dari sistem promosi yaitu *Advertising, Personal seling, Publitas* dan promosi penjualan. Begitu pula dengan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dalam memasarkan produk baru agar mencapai tujuan semaksimal mungkin juga menggunakan empat variabel atau elemen-elemen *marketing mix* yaitu:

a. *Advertising* (Periklanan)

BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan melakukan bauran promosi dengan cara periklanan yang bersifat lokal seperti yang dilakukan Mandiri Abadi Syariah Kota

Medan yaitu dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dan mempertahankan citra (*brand image*) BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Adapun media promosi yang digunakan adalah:

- 1) *Advertising* cetak, yaitu berupa brosur-brosur mengenai informasi produk Simpanan Wadiah terbaru, misalnya persyaratan, mekanisme pelaksanaan produk tersebut.
- 2) *Advertising* di dalam ruangan seperti *roll banner* yang diletakkan di depan pintu masuk.
- 3) *Advertising* luar ruangan seperti baliho dan spanduk yang diletakkan di depan gedung BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan.

b. *Personal selling*

Program *personal selling* dilakukan oleh pihak BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan bertemu tatap muka langsung dengan calon anggota. BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan lebih mengacu pada strategi *promotion mix personal selling*, dikarenakan bauran promosi ini dirasa lebih efektif untuk langsung memilih target calon anggota, meyakinkan pembeli dan membangun tindakan pembelian. Dengan bertatap langsung dengan calon anggota, tenaga pemasar akan dirasa lebih mudah untuk mempengaruhi minat calon anggota untuk bergabung. Penjualan personal merupakan bentuk presentasi secara lisan dengan calon anggota atau pembeli dengan tujuan melakukan penjualan. Dalam presentasi terjadi interaksi langsung antara tenaga pemasar dengan calon anggota. Interaksi ini akan berpengaruh kepada apakah calon anggota akan memutuskan untuk bergabung, atau sebaliknya ketika *marketing* tidak tepat pada calon anggota target pasar dan tidak dapat menawarkan solusi yang tepat. Maka tenaga pemasar harus pintar menguasai materi atau informasi tentang produk simpanan wadiah, dikarenakan pada saat memasarkan *marketing* akan segera tahu reaksi anggotanya, jika anggota merasa kurang minat maka *marketing* menjelaskan lebih dalam tentang produk simpanan wadiah.

c. *Publitas*

Publitas dirasa BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan cukup potensial dalam mengkomunikasikan produk BMT, dengan cara menyelenggarakan kegiatan sosial seperti donor darah yang diselenggarakan pada 6 februari 2017 sehingga kegiatan ini mempunyai tujuan untuk membangun image baik perusahaan dalam benak masyarakat.

19. Salah satu produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah simpanan deposito *mudharabah* (simpanan berjangka), bagaimana strategi pemasaran produk simpanan deposito *mudharabah* (simpanan berjangka) tersebut?

Jawab:

Strategi pemasaran yang digunakan pada produk Simpanan Berjangka Deposito Mudharabah pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah dengan mengadakan sosialisasi kepada masyarakat khususnya masyarakat yang memiliki banyak dananya, dan biasanya dengan menyiarkan kelebihan produk pada BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan melalui media suara yaitu radio dan media sosial seperti menyebar brosur dan lainnya, dengan demikian Anggota yang mempunyai kelebihan bisa di depositkan di BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Dalam hal menentukan posisi pasar pada produk simpanan berjangka deposito mudharabah adalah dengan mentargetkan pada pegawai-pegawai yang memiliki dana lebih. Kami

dapat datang di rumah anggota yang sekiranya memiliki dana lebih, mendatangkan anggota atau calon anggota untuk disosialisasikan dan dipromosikan produk tersebut.

20. Salah satu produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah *murabahah* (pembiayaan dengan akad jual beli barang), bagaimana strategi pemasaran produk *murabahah* (pembiayaan dengan akad jual beli barang) tersebut?

Jawab:

Dalam meningkatkan jumlah nasabahnya BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan memasarkan produk *murabahah*nya memerlukan strategi pemasaran yang baik, karena produk *murabahah* merupakan produk yang belum lama diluncurkan. Pemasaran yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Pemasaran dengan *Canvassing* (Silaturahmi dan dilakukan presentasi dalam instansi-instansi). Pemasaran dengan cara ini perlu diperbaiki karena pemasaran di era modern harusnya lebih bisa memanfaatkan media sosial. Penawaran via *email* (*electronic mail*), *facebook*, atau *Short Messages Service* (SMS) yang dilakukan dengan rutin akan menumbuhkan minat nasabah untuk melakukan pembiayaan.
- b. Pemasaran dengan *Open Tabel* atau penawaran *Top Up*, penawaran dilakukan secara langsung dengan nasabah yang melakukan transaksi dengan *Costumer Service*. Dalam pemasaran dengan penawaran langsung ini kurang efektif karena disamping pelayanan *costumer service* dengan waktu yang terbatas, serta tidak semua nasabah mempunyai kepentingan yang berhubungan langsung dengan *customer service*.
- c. Pemasaran dengan penawaran ke perusahaan yang menjadi rekanan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan. Pemasaran ini dilakukan dengan perusahaan yang sudah bekerja sama dengan sistem lalu lintas pembayaran gaji (*payroll*). Pemasaran ini tidak fokus dengan satu produk saja, kerjasama yang dilakukan hanya untuk modal kerja.
- d. Penawaran kerjasama implan dengan beberapa instansi. Pemasaran dengan cara kerjasama implan kurang bisa menarik minat nasabah, karena BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan melakukan kerjasama untuk sistem *payroll*. Sedangkan untuk memudahkan BMT dalam mencapai target kegiatan pemasaran yang telah dirumuskan, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan melakukan perumusan dalam memilih dan menerapkan pasar yang akan dituju dengan menggunakan STP yaitu segmentasi, *targeting* dan *positioning*. Strategi pemasaran produk *murabahah* yang dilakukan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan yaitu:

- a. Segmentasi

Langkah awal yang dilakukan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dalam pemasaran adalah dengan mensegmentasi pasar. Dalam hal mensegmentasi pasar BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan memiliki segmentasi secara khusus berdasarkan variabel geografis karena BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan lebih memfokuskan wilayah kota Medan dan sekitarnya.

- b. *Targeting*

Setelah melakukan segmentasi pasar atas produk *murabahah* maka langkah berikutnya adalah melakukan *targeting* atau membidik target pasar yang telah dipilih perusahaan dalam analisa segmentasi pasar. Untuk target pasar BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan telah menentukan siapa yang menjadi targetnya, yaitu kalangan menengah ke atas dengan ketentuan golongan

berpenghasilan tetap maksimal berumur 55 tahun atau belum pensiun pada saat pembiayaan jatuh tempo.

21. Salah satu produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah *mudharabah* (pembiayaan usaha), bagaimana strategi pemasaran produk *mudharabah* (pembiayaan usaha) tersebut?

Jawab:

Strategi yang ditempuh oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah dalam menjual produk *mudharabah* agar didapat hasil volume penjualan sebanyak mungkin atau semaksimal mungkin, dengan memperhatikan kepuasan nasabah. Dalam hal ini yang berkaitan dengan strategi yang diterapkan adalah sama dengan strategi pemasaran simpanan wadiah sebelumnya, yaitu strategi *promotion mix*. Di dalam strategi *promotion mix* terdapat empat variabel kegiatan yang merupakan inti dari sistem promosi yaitu *Advertising*, *Personal selling*, *Publitas* dan promosi penjualan.

22. Salah satu produk BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah *musyarakah* (pembiayaan dengan pengabungan modal), bagaimana strategi pemasaran produk *musyarakah* (pembiayaan dengan pengabungan modal) tersebut?

Jawab:

Strategi yang ditempuh oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan adalah dalam menjual produk *musyarakah* agar didapat hasil volume penjualan sebanyak mungkin atau semaksimal mungkin, dengan memperhatikan kepuasan nasabah. Dalam hal ini yang berkaitan dengan strategi yang diterapkan adalah sama dengan strategi pemasaran simpanan wadiah sebelumnya, yaitu strategi *promotion mix*. Di dalam strategi *promotion mix* terdapat empat variabel kegiatan yang merupakan inti dari sistem promosi yaitu *Advertising*, *Personal selling*, *Publitas* dan promosi penjualan.

Secara keseluruhan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan melakukan strategi pemasaran terhadap setiap peroduknya hampir sama. Adapun strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan dalam meningkatkan jumlah nasabahnya adalah (1) Meningkatkan pelayanan kepada nasabah. (2) Penambahan inventaris kantor. (3) Meningkatkan kualitas SDM. (4) Meningkatkan kegiatan promosi kepada masyarakat. (5) Meningkatkan kualitas keagamaan melalui kajian syariat Islam. Sedangkan untuk memudahkan perusahaan dalam mencapai target kegiatan pemasaran yang telah dirumuskan, BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan melakukan perumusan dalam memilih dan menetapkan pasar yang dituju dengan menggunakan pensegmentasian, *targeting*, dan *positioning*, serta menerapkan *marketing mix* atau bauran pemasaran jasa yang terdiri atas tujuh unsur yaitu: produk, harga, promosi, tempat, orang, proses dan bukti fisik. Perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk memudahkan perusahaan dalam menarik dan meningkatkan jumlah nasabah serta mempertahankan nasabah yang sudah ada.

23. Untuk melengkapi data penelitian peneliti, peneliti mohon izin untuk mengambil data dan dokumen serta foto yang berkaitan dengan BMT Mandiri Abadi Syariah Kota Medan?

Jawab:

Silahkan...!!! untuk data atau dokumen dapat peneliti minta kepada bagian kasir...