

**MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK *MURABAHAH* BMT EL DARUS
SALAM MADANI 132, DESA RAJABASA LAMA KECAMATAN
LABUHAN RATU KABUPATEN LAMPUNG TIMUR**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Dalam Ilmu Dakwah dan
Ilmu Komunikasi**

Oleh

FITRIANA FRANSISKA

1541030084

Jurusan : Manajemen Dakwah



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
2019 M/1440H**

**Manajemen Pemasaran Produk *Murabahah* BMT El Darus Salam Madani
132, Desa Rajabasa Lama Kecamatan Labuhan Ratu Kabupaten Lampung
Timur**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Dalam Ilmu Dakwah dan
Ilmu Komunikasi**



Pembimbing I: Dr. Hasan Mukmin, MA

Pembimbing II: Mulyadi , S.Ag., M.Sos.I

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

1440H/2019

ABSTRAK

MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK *MURABAHAH* BMT EL DARUS SALAM MADANI 132, DESA RAJABASA LAMA, KECAMATAN LABUHAN RATU, KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

Oleh
Fitriana Fransiska

Manajemen pemasaran merupakan proses yang dilakukan oleh individu atau perusahaan, kegiatan usaha dan pendistribusian barang atau jasa kepada anggota/nasabah perusahaannya, supaya tercapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Penerapan fungsi manajemen pemasaran merupakan faktor penting yang harus ada, proses ini meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan/pengendalian. BMT El Darus Salam Madani 132 merupakan lembaga keuangan dengan kegiatan utama dalam bidang *tamwil* dan *maal*, BMT mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi, menerima titipan zakat, infak, dan sedekah lalu menyalurkannya sesuai peraturan dan amanat.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus (*case study*). Dalam pengambilan hasil penelitian peneliti menggunakan *snow ball sampling* atau teknik pengambilan sampel dari jumlah kecil makin lama makin besar dan berhenti saat informasi dinilai cukup. Sumber data berdasarkan data primer dan sekunder. Data dan informasi diperoleh dari narasumber dengan menggunakan metode wawancara (*interview*) terstruktur, dokumentasi dan analisis data. Proses analisis data yang peneliti lakukan ini bersifat induktif yaitu mengumpulkan informasi khusus yang dibutuhkan menjadi satu kesatuan data.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan fungsi manajemen dalam memasarkan produk pembiayaan *murabahah* yang dijalankan BMT El Darus Salam Madani 132, Desa Rajabasa Lama, Kecamatan Labuhan Ratu, Kabupaten Lampung Timur.

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, bahwa proses penerapan fungsi manajemen dalam memasarkan produk pembiayaan *murabahah* BMT El Darus Salam Madani 132 yaitu: pada aspek Perencanaan; konsep perencanaan pengurus dari orang-orang kompeten didekat lokasi BMT, konsep perencanaan pelayanan anggota dengan sistem komputerisasi, perencanaan pengawasan dengan laporan harian, perencanaan pemberian intensif sesuai tugas dan kinerja pengurus. Pada aspek Pengorganisasian; memilih, menempatkan dan memberikan tugas pengurus sesuai kebutuhan, tidak melihat kualifikasi pendidikan pengurus namun melihat kemampuan pengurus. Pada aspek Pelaksanaan; dilakukan dengan memberikan brosur bagi anggota yang datang ke kantor, memberikan kemudahan transaksi, menjaga nama baik dengan sistem kekeluargaan yang diwujudkan melalui silaturahmi oleh pengurus dan anggota. Pada aspek Pengawasan; menggunakan metode concurrent control. Metode concurrent control diterapkan untuk seluruh anggota dengan membuat laporan harian kerja anggota saat berada didalam dan diluar kantor.

Kata Kunci: *Manajemen Pemasaran dan Produk Murabahah*

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK MURABAHAH
BMT EL DARUS SALAM MADANI 132, DESA
RAJABASA LAMA, KECAMATAN LABUHAN RATU,
KABUPATEN LAMPUNG TIMUR**

Nama : **Fitriana Fransiska**

NPM : **1541030084**

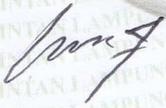
Jurusan : **Manajemen Dakwah**

Fakultas : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

MENYETUJUI

Untuk Dimunaqosahkan dan Dipertahankan Dalam Sidang Munaqosah Fakultas
Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

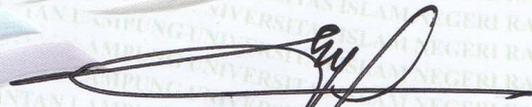
Pembimbing I



Dr. Hasan Mukmin, MA

NIP.196104211994031002

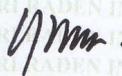
Pembimbing II



Mulyadi, S.Ag., M.Sos.I

NIP.197403261999031002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah



Hj. Suslina Sanjaya, S.Ag., M.Ag

NIP. 197206161997032002



KEMENTERIAN AGAMA RI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin. Telp. (0721) 704030 Sukarame 1 Bandar Lampung

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Manajemen Pemasaran Produk Murabahah BMT EI Darus Salam Madani 132, Desa Rajabasa Lama, Kecamatan Labuhan Ratu, Kabupaten Lampung Timur” disusun oleh Fitriana Fransiska, NPM. 1541030084, Program Studi Manajemen Dakwah, telah diujikan dalam sidang munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada hari/tanggal 16 Juli 2019.

Tim Dewan Penguji

Ketua Sidang : Hj. Suslina Sanjaya, M. Ag (.....)

Sekretaris : Zulkarnain, S. Ag. M. Kom. I (.....)

Penguji 1 : Dr. Tontowi Jauhari, MM (.....)

Penguji 2 : Dr. Hasan Mukmin, MA (.....)

Mengetahui

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

NIP.196104091990031002

MOTTO

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (QS. An-Nisa’(4) : 29)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT serta rasa bangga, kupersembahkan skripsi ini sebagai tanda bukti dan cinta kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Slamet Riyadi dan Ibu Sri Wahyuti yang penuh keikhlasan, kesabaran serta perjuangan dalam membimbing dan mendidik saya agar menjadi seseorang yang lebih baik di dunia dan diakhirat, yang selalu mendoakan dan mengingatkan demi keberhasilan saya, serta yang selalu memberi kasih sayang, nasihat juga semangat bagi masa depan yang lebih baik sedari kecil hingga sekarang.
2. Suami saya yang tersayang, Muhamad Arifin yang penuh kasih sayang, kesabaran, keikhlasan dan berjuang bersama serta membimbing dan mendidik saya agar menjadi seorang istri yang lebih baik di dunia dan akhirat, yang selalu menemani, menyemangati, mendoakan dan mengingatkan saya demi kebaikan saya, serta yang selalu memberikan nasihat juga pengertian.
3. Untuk adekku yang kusayangi Novi Nur Annisa, terimakasih sudah menjadi sosok penyemangat baru bagi hidupku.
4. Para pendidik saya bapak/ibu dosen di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, terimakasih atas bimbingan dan ajarannya sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan S1 ini dengan baik serta melihat dunia dengan ilmu yang sudah diberikan.
5. Untuk seluruh keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan dan dorongan agar saya bisa menyelesaikan pendidikan ini.

6. Untuk sahabat dan teman-temanku terkasih Sri Wahyuni, Siti Munawaroh, Tanti Indah Lestari, Yulia Sari, Linda Permata, dan Novi Supini.
7. Teman-teman seperjuanganku MD A,B,C angkatan 2015 khususnya kelas A atas kebersamaan dan kerukunannya. Semoga kita dapat terus menjadi saudara.
8. Teman-teman seperjuangan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan KPI, PMI, BKI angkatan 2015.
9. Teman-teman KKN 75 tahun 2018: Eka fitria, Een Tyaningsih, Putri Ayu Veranita, Novia Endah L, Romadona, Sheilla, Siti Nanik Mar'atus Sholehah, Muhamad Ari, Putra Fauzan Agung, Ismail Marzuki, Unang Saparudin, Ahmad Sandika yang bersama-sama berjuang mengabdikan di masyarakat.
10. Untuk BMT El Darus Salam Madani 132; bapak Andy Willys, mbak siska, mbak hermi, mas edi terimakasih sudah menerima dan mengizinkan saya serta memberikan saya wawasan untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Almamater tercinta, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

RIWAYAT HIDUP

Fitriana Fransiska, dilahirkan di Daerah Pedalaman Macang, Seberuk Provinsi Sumatra Selatan pada tanggal 28 Januari 1998, anak pertama dan satu-satunya dari pasangan Slamet Riyadi dan Sri Wahyuti.

Menempuh pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) di TK Harapan Bunda tahun 2002-2003, SDN 1 Indraloka 2 tahun 2003-2009, SMPN 1 Way Kenanga tahun 2009-2012, SMAN 1 Banjar Margo tahun 2012-2015, dan pada tahun 2015 melanjutkan S1 Prodi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Intan Lampung kala itu dan kini telah beralih status menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung dengan diterbitkannya Peraturan Presiden Nomor 38 tahun 2017 tanggal 07 April 2017.

Selama menjadi siswa dan mahasiswa, penulis mengikuti berbagai kegiatan intra maupun ekstra. Pada saat menjadi siswa, penulis aktif di OSIS SDN 1 Indraloka 2 seksi pelaksanaan program. OSIS SMPN 1 Way Kenanga, Pencak Silat Merpati Putih tingkat balik 1, Pramuka sebagai anggota, ekskul tari sebagai anggota. Rohis SMAN 1 Banjar Margo dengan menjabat sebagai sekretaris, komunitas pencinta alam SMAN 1 Banjar Margo sebagai anggota. Memasuki perkuliahan bergabung pada IKAM TUBA (Ikatan Mahasiswa Tulang Bawang), bergabung juga di UKM-F Rumah Da'i pada tahun 2016. Juga aktif dalam kegiatan organisasi RISMA (Remaja Islam Masjid) Desa Indraloka 2 dan menjabat sebagai sekretaris.

KATA PENGANTAR

Assalamuallaikum Warahmatullahi Wabarakatu,

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam disanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW yang dipilih Allah SWT sebagai Uswatun Khasanah bagi seluruh manusia dan yang kita nanti-nantikan syafa'at-Nya kelak.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari dukungan semua pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Khomsarial Romli, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Ibu Hj. Sushma Sanjaya, S.Ag.,M.Ag selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah dan Bapak Husaini, ST.,MT selaku Skretaris Jurusan manajemen Dakwah.
3. Bapak Dr. Hasan Mukmin.,MA selaku Pembimbing I dan Bapak Mulyadi, S.Ag.,M.Sos.I selaku Pembimbing II, yang penuh kesabaran dalam membimbing dan mengarahkan saya demi terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Andi Willys Probo Handoyo, S.TP selaku Pimpinan BMT El Darus Salam Madani 132 Labuhan Ratu yang telah memberikan izin untuk mengadakan penelitian.

5. Dosen Prodi Manajemen Dakwah dan Staf Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pengetahuan dan segenap tenaga dan bantuan selama menyelesaikan studi.
6. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen Dakwah angkatan 2015 khususnya kelas A.
7. Adik-adik yang masih berjuang menuntut ilmu di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi khususnya Prodi Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
8. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah mengajarkan berbagai ilmu yang bermanfaat selama penulis menempuh pendidikan di kampus UIN Raden Intan Lampung dari tahun 2015 sampai dengan 2019.
9. Pimpinan dan karyawan perpustakaan fakultas dan perpustakaan pusat UIN Raden Intan Lampung.
10. Rekan-rekan yang memberikan bantuan dan dukungan yang tidak dapat di sebutkan satu persatu, semoga silaturahmi kita tetap terjalin.
11. Dan semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa disebutkan satu persatu, semoga silaturahmi tetap terjaga.
12. Almamater UIN Raden Intan Lampung tercinta yang akan selalu ada dalam hati, yang sudah banyak menyimpan berjuta kenangan dan pengalaman serta pengajaran berharga yang tak dapat terlupakan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Akan tetapi dari skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat keilmuan yang bermanfaat dan berguna dalam bidang Manajemen Dakwah.

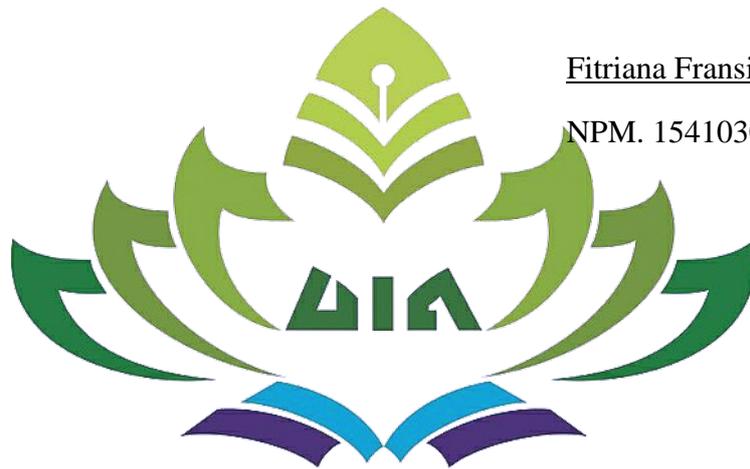
Wassalamuallaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bandar Lampung, Juli 2019

Penulis,

Fitriana Fransiska

NPM. 1541030084



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
DAFTAR GAMBAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	6
C. Latar Belakang Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	14
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	14
F. Metode Penelitian.....	15
1. Jenis dan Sifat Penelitian	15
2. Subjek Penelitian, Objek Penelitian dan Sumber Data	16
3. Metode Pengumpulan Data.....	19
4. Analisis Data	20
BAB II Manajemen Pemasaran dan <i>Murabahah</i>.....	
A. Manajemen Pemasaran	21
1. Peranan Pemasaran.....	22
2. Konsep Pemasaran	23
3. Manajemen Pemasaran Baitul Maal Wat Tamwil	25

B. Murabahah	27
1. Pengertian <i>murabahah</i>	27
2. Jenis <i>murabahah</i>	28
a. Aspek Syariah	28
b. Aspek teknis	29
c. Aspek Administrasi	32
d. Dokumentasi	33
3. Ketentuan-ketentuan <i>Murabahah</i>	34
4. Standarisasi Akad	35
5. Teknik Pelaksanaan Skema <i>Murabahah</i>	37
C. BMT Sebagai Lembaga Dakwah	37
D. Tinjauan Pustaka	40
BAB III BMT EL DARUS SALAM MADANI 132 dan <i>Murabahah</i>	
A. Gambaran Umum BMT El Darus Salam Madani 132	42
1. Azas, visi, misi, dan tujuan	44
2. Keanggotaan	45
3. Jumlah Data Pembiayaan BMT El Darus Salam Madani 132	46
4. Kepengurusan	49
5. Produk dan Jasa / Layanan	50
6. Manajemen dan Sistem	51
B. Manajemen Pemasaran Produk Pembiayaan <i>Murabahah</i> BMT El Darus Salam Madani 132 Rajabasa Lama, Labuhan Ratu, Lampung Timur	
1. Perencanaan Pemasaran	51
2. Pengorganisasian Pemasaran	59
3. Pelaksanaan Pemasaran	61
4. Pengendalian Pemasaran	70
BAB IV Manajemen Pemasaran Produk Pembiayaan <i>Murabahah</i>	
A. Manajemen Pemasaran	73
B. Produk Pembiayaan <i>Murabahah</i>	80
C. Manajemen Pemasaran Produk <i>Murabahah</i> dalam Prespektif Manajemen Dakwah	87
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1. Sektor Kebutuhan Anggota	47
-----------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

1. Konsep Pemasaran23
2. Bagan Kepengurusan BMT El Darus Salam Madani 13249



DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan (SK) Judul Skripsi.
2. Surat Keterangan Perubahan Judul Skripsi.
3. Surat Rekomendasi Penelitian dari Kesbangpol (Kesatuan Bangsa dan Politik) Provinsi Lampung.
4. Surat Rekomendasi Penelitian dari Kesbangpol (Kesatuan Bangsa dan Politik) Kabupaten Lampung Timur.
5. Surat Izin Penelitian dari BMT El Darus Salam Madani 132 Lampung Timur.
6. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian dari BMT El Darus Salam Madani 132 Lampung Timur.
7. Interview Guide (Pedoman Wawancara).
8. Data Diri Narasumber.
9. Kartu Konsultasi Bimbingan Penulisan Skripsi.
10. Brosur BMT El Darus Salam Madani 132 Lampung Timur.
11. Dokumentasi Anggota Pengajuan Pembiayaan *Murabahah* Baru.
12. Daftar Foto

DAFTAR GAMBAR LAMPIRAN

- Gambar 01 : Plang BMT El Darus Salam Madani 132 Lampung Timur
- Gambar 02 : Kantor BMT El Darus Salam Madani 132 Lampung Timur dari luar
- Gambar 03 : Meja pelayanan anggota di BMT El Darus Salam Madani 132 Lampung Timur
- Gambar 04 : Banner BMT El Darus Salam Madani 132 Lampung Timur dan Pembiayaannya
- Gambar 05 : Kursi tunggu anggota di dalam ruangan kantor BMT El Darus Salam Madani 132 Lampung Timur
- Gambar 06 : Visi dan Misi BMT El Darus Salam Madani 132 Lampung Timur
- Gambar 07 : Kondisi Dalam BMT El Darus Salam Madani 132 Lampung Timur
- Gambar 08 : Piagam Penghargaan BMT El Darus Salam Madani 132 Lampung Timur dari Bank Muamalat Indonesia
- Gambar 09 : Sertifikat Kemitraan dari Direktur Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil Provinsi
- Gambar 10 : Sertifikat NIK dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia

Gambar 11 : Foto penulis dengan anggota pengurus BMT El Darus Salam
Madani 132 Lampung Timur

Gambar 12 : Foto Penulis dengan anggota pengurus dan siswi PKL di BMT El
Darus Salam Madani 132 Lampung Timur

Gambar 13 : Perbincangan penulis dengan Manajer BMT El Darus Salam
Madani 132 Lampung Timur



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal guna memudahkan dalam memahami skripsi ini, maka secara singkat penulis terlebih dahulu akan menguraikan beberapa kata yang terkait dengan judul yang penulis ambil dalam tulisan skripsi ini.

Adapun dalam skripsi ini, untuk menghindari kesalahan dalam maksud yang terkandung dalam judul yang penulis ambil yaitu “Manajemen Pemasaran Produk Murabahah BMT El Darus Salam 132 Dalam Memasarkan Produk Murabahah” maka perlu diberikan penjelasan mengenai istilah-istilah yang akan penulis jadikan pedoman dalam pembahasan selanjutnya. Dengan uraian sebagai berikut:

Manajemen Pemasaran menurut Phillip Kotler dan Amstrong ialah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasikan, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.¹

¹Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta CV, 2016), h 130

Menurut J. Shultz memberikan definisi manajemen pemasaran ialah merencanakan, pengarahannya dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan ataupun bagian dari perusahaan.²

Menurut Ben M. Enis secara ringkas ia menyatakan bahwa manajemen pemasaran ialah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu ataupun oleh perusahaan. Logika dari definisi ini, ialah apabila seseorang atau perusahaan ingin memperbaiki pemasarannya, maka ia harus melakukan kegiatan pemasaran itu sebaik mungkin.³

Jadi, dari penjelasan diatas menurut penulis manajemen pemasaran adalah proses yang dilakukan oleh individu maupun perusahaan dengan tujuan meningkatkan efisiensi dan efektivitas, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian/pengawasan kegiatan usaha serta pendistribusian barang atau jasa pada sebuah perusahaan agar dapat tercapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya oleh individu atau perusahaan.

BMT (*Baitul Maal Wat Tamwil*) ialah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bait al-mal wa-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil-bawah dan kecil dengan- antara lain- mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan

²*Ibid.*

³*Ibid.*

ekonominya. Selain itu, BMT juga bisa menerima titipan zakat, infak, dan sedekah; lalu menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanat.⁴

BMT (*Baitul Maal Wat Tamwil*) adalah lembaga ekonomi atau keuangan syariah nonperbankan yang sifatnya informal karena lembaga ini didirikan oleh Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) yang berbeda dengan lembaga perbankan dan lembaga keuangan formal lainnya.⁵

Jadi, dari penjelasan diatas menurut penulis BMT (*Baitul Maal Wat Tamwil*) adalah suatu lembaga keuangan syariah nonperbankan yang bersifat informal karena didirikan oleh kelompok swadaya masyarakat, dengan dua kegiatan utama yaitu harta dan bisnis (*Maal dan Tamwil*). Kegiatan utama dalam bidang *tamwil* BMT yaitu mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi. Dalam bidang *maal* BMT menerima titipan zakat, infak, dan sedekah lalu menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanat.

Murabahah adalah transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Hal yang membedakan *murabahah* dengan penjualan yang biasa kita kenal adalah penjualan secara jelas memberitahu kepada pembeli berapa harga pokok barang tersebut dan berapa besar keuntungan yang

⁴Nurul Huda, Purnama Putra, et.al. *Baitul Maal Wat Tamwil* (Jakarta: AMZAH, cetakan pertama, 2016) h. 35

⁵*Ibid.*

diinginkanya. Pembeli dan penjual dapat melakukan tawar-menawar atas besaran margin keuntungan sehingga akhirnya diperoleh kesepakatan.⁶

Secara luas, jual beli dapat diartikan pertukaran harta atas dasar saling rela. Jual beli adalah memudahkan milik dengan ganti (*iwad*) yang dapat dibenarkan (sesuai syariah). Pertukaran dapat dilakukan antara uang dengan barang, barang dengan barang yang biasa kita kenal dengan barter dan uang dengan uang misalnya pertukaran nilai mata uang rupiah dengan yen.⁷

Akad *murabahah* sesuai dengan syariat karena merupakan transaksi jual beli dimana kelebihan dari harga pokoknya merupakan keuntungan dari penjualan barang. Dengan berbeda dengan praktik riba dimana nasabah meminjam uang dengan sejumlah tertentu untuk membeli suatu barang kemudian atas pinjaman tersebut nasabah harus membayar kelebihannya dan ini adalah riba. Menurut ketentuan syariah, pinjaman uang harus dilunasi sebesar pokok pinjamannya dan kelebihannya adalah riba, tidak tergantung besar kecilnya kelebihan yang diminta juga tidak tergantung kelebihan tersebut nilainya tetap atau tidak tetap sepanjang waktu pinjaman.⁸

Definisi jual beli menurut fiqh ialah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjualbelikan, termasuk harga pembelian barang kepada pembeli kemudian ia mensyaratkan laba dalam jumlah tertentu.⁹

Jual beli disini yaitu transaksi sesuai dengan barang tertentu yang dipesan oleh pembeli, berlaku jujur kepada pembeli atas harga barang dan keuntungan yang didapat oleh penjual. Sementara itu definisi jual beli

⁶Sri Nurhayati, *Akuntansi Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h.174

⁷*Ibid.*

⁸ *Ibid*, h 176

⁹ Nurul Huda, Purnama Putra, et.al. *Baitul Maal Wat Tamwil* (Jakarta: AMZAH, cetakan pertama, 2016), h. 80

menurut konteks ekonomi syari'ah ialah akad jual beli sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati.¹⁰

Akad *murabahah* digunakan untuk memfasilitasi anggota BMT dalam memenuhi kebutuhan hidup, seperti membeli rumah, kendaraan, barang-barang elektronik, furniture, barang dagangan, bahan baku, atau bahan pembantu produksi.¹¹

Jadi, dari penjelasan diatas menurut penulis *murabahah* adalah transaksi jual beli antara penjual dan pembeli atas barang tertentu yang dipesan pembeli dengan menyatakan harga pokok barang dan keuntungan (laba) yang didapat penjual kepada pembeli serta melakukan tawar-menawar sehingga mendapatkan kesepakatan.

Namun hasil pra survei penulis pada produk pembiayaan *murabahah* di BMT El Darus Salam Madani 132, jual beli (*murabahah*) disini merupakan pembiayaan jual beli atau pembiayaan yang diberikan oleh BMT kepada anggota yang mengajukan sebagai tambahan modal untuk usaha yang sedang dijalankan oleh anggota itu sendiri. Disini BMT selaku Lembaga Keuangan Syariah (LKS) hanya memberikan dana sesuai jumlah yang diajukan anggota, dalam posisi ini BMT menerapkan sistem *wakalah* atau perwakilan kepada anggota untuk membeli sendiri barang yang dibutuhkan untuk tambahan usahanya, bukan BMT yang membelikan barang tersebut untuk anggota.

¹⁰*Ibid.*

¹¹*Ibid*, h 84

Dari penegasan judul diatas, judul penulis yaitu “**Manajemen Pemasaran Produk *Murabahah* BMT El Darus Salam Madani 132, Desa Rajabasa Lama, Kecamatan Labuhan Ratu, Kabupaten Lampung Timur**”. Penulis meneliti tentang bagaimana penerapan fungsi manajemen di BMT El Darus Salam Madani 132 dalam memasarkan produk pembiayaan *murabahah* (Jual Beli). BMT El Darus Salam Madani 132 dalam proses menentukan tujuan pemasaran produk pembiayaan *murabahah*-nya. Mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan/pengendaliannya sehingga produk ini menjadi produk pembiayaan dengan jumlah nasabah yang lebih banyak.

B. Alasan Memilih Judul

Adapun yang menjadi alasan penulis memilih judul ini yaitu sebagai berikut:

1. BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang memiliki kegiatan mengembangkan usaha produktif, dari usaha kecil dan usaha menengah sebagai balai usaha mandiri, juga mendorong kegiatan masyarakat dalam bertransaksi baik jual beli, menabung maupun memberikan pembiayaan. Dalam usaha ini manajemen tidak akan mungkin terlepas dari peran dan fungsi manajemen dalam pengelolaannya, termasuk didalamnya adalah pemasaran yang dilakukan oleh pengelolanya pada produk-produk yang ditawarkan kepada nasabah sebagai upaya untuk meningkatkan kemauan masyarakat dalam bertransaksi ekonomi secara benar, juga menyediakan tempat untuk bertransaksi baik secara tunai maupun non tunai dalam

pemenuhan kebutuhannya, terutama bagi masyarakat menengah kebawah serta usaha kecil.

2. Penulis memilih judul ini untuk mengetahui seperti apakah manajemen yang diterapkan BMT El Darus Salam Madani 132 Dalam memasarkan produk pembiayaan *murabahah*. Karena produk pembiayaan *murabahah* adalah produk yang lebih banyak nasabahnya dibandingkan dengan produk-produk lain, seperti *ijaroh* dan *qordul hasan* di BMT El Darus Salam Madani 132, Desa Rajabasa Lama, Kecamatan Labuhan Ratu, Kabupaten Lampung Timur ini.
3. Dalam memperkenalkan dan memasarkan produknya kepada masyarakat, Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) El Darus Salam Madani 132 Labuhan Ratu ini memiliki perbedaan dibandingkan dengan lembaga serupa yang ada, yaitu pada pemasaran produk pembiayaan *murabahah*. Produk pembiayaan *murabahah* di BMT El Darus Salam Madani 132 lebih dalam transaksinya dibandingkan BMT lainnya. Kebanyakan BMT lainnya lebih memajukan produk pembiayaan untuk modal usaha, bagi hasil dan simpanan.

C. Latar Belakang Masalah

Masyarakat sangatlah membutuhkan barang perlengkapan dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Jual beli adalah salah satu hal yang paling sering dijumpai dalam kehidupan bermasyarakat kita, baik yang bersifat tunai maupun non tunai dengan jangka waktu ataupun tempo dalam

pelunasan hutangnya atau penyelesaian transaksi yang dilakukannya antara kedua belah pihak yang terkait.

Kehidupan masyarakat khususnya masyarakat menengah kebawah dan rata-rata kurang sejahtera, untuk membeli keperluan sehari-hari lebih dari keperluan pokok secara tunai amatlah sulit, sehingganya banyak yang memilih untuk membeli barang dengan cara tempo atau cicil kepada lembaga ataupun perseorangan yang memberikan barang dengan cara kredit. Maka dari itu pembiayaan sangatlah membantu dalam memenuhi kebutuhan masyarakatnya yaitu dengan pembiayaan *murabahah* (jual beli) agar masyarakat tidak terikat kepada rentenir barang dan uang dengan harga yang tinggi.

Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
 ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ
 مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ
 النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: “orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.” (QS. Al-Baqarah (2) : 275)

Dengan demikian ayat ini menjelaskan tentang keuntungan perdagangan yang diperoleh dari modal yang di tanamkan atau keuntungan sesuai dengan modal awal yang ditanamkan dalam usahanya itu jelas, halal, dan diperbolehkan. Tetapi keuntungan dari beban yang diberikan kepada pembeli atas usahanya tidak boleh melebihi dari jumlah pokok barang yang diperdagangkan, maka itu haram. Orang yang mengambil Riba tidak tenteram jiwanya seperti orang kemasukan syaitan.

Secara harfiah, baitul mal berarti rumah dana, sedangkan baitul tamwil berarti rumah usaha.¹² Baitul mal berfungsi untuk mengumpulkan, sekaligus men-*tasyaruf*-kan dana sosial. Sedangkan baitul tamwil merupakan lembaga bisnis yang bermotif lama. Dari pengertian tersebut, dapat ditarik pengertian yang menyeluruh bahwa BMT merupakan organisasi bisnis yang berperan sosial. Sebagai lembaga sosial, baitul mal memiliki kesamaan fungsi dan peran dengan lembaga amil zakat (LAZ). Oleh karena itu, baitul mal harus didorong agar mampu berperan secara professional menjadi LAZ yang mapan. Sementara sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sector keuangan, yakni simpan pinjam.¹³

Secara sederhana, BMT dapat dipahami sebagai lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah yang memiliki fungsi untuk memberdayakan ekonomi umat, dan memiliki fungsi social dengan turut pula sebagai institusi yang mengelola dana zakat, infak, dan sedekah sehingga institusi BMT memiliki peran yang penting dalam memberdayakan ekonomi umat.¹⁴

Dalam perspektif dakwah, BMT merupakan lembaga keuangan mikro yang berbasis syariah (Islam), yang berkedudukan sebagai media atau sarana dakwah dalam unsur-unsur dakwah. Unsur-unsur dakwah yaitu da'i, maudu' (materi dakwah/pesan dakwah), uslub (metode dakwah), wasilah (media dakwah), mad'u (objek dakwah), dan tujuan dakwah.¹⁵ Dengan demikian, unsur-unsur dakwah dalam proses penerapannya, peran BMT di masyarakat sebagai berikut:

¹² M. Nur Riyanto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah...*, h 317

¹³ *Ibid*, h 318

¹⁴ *Ibid*, h 319

¹⁵ Enjang, Aliyudin. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah* (Bandung: Percetakan Widya Padjadjaran, 2009) h. 73

1. Da'i (subjek dakwah)

Da'i ibarat seorang *guide* atau pemandu terhadap orang-orang yang ingin mendapatkan keselamatan hidup didunia dan akhirat. Oleh karena itulah kedudukan seorang da'i ditengah masyarakat menempati kedudukan yang penting. Ia adalah seorang pemuka (pelopor) yang selalu diteladani oleh masyarakat disekitarnya.¹⁶ Yang berperan sebagai da'i dalam BMT adalah anggota pengurus.

2. Maudu (materi dakwah/pesan dakwah)

Maudu atau pesan dakwah adalah pesan-pesan, materi atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh da'i (subjek dakwah) kepada mad'u (objek dakwah), yaitu keseluruhan ajaran islam yang ada di Kitabullah maupun Sunnah Rasul-Nya.¹⁷ Dengan demikian yang menjadi materi dakwah BMT yaitu produk-produk atau pembiayaan yang ada dalam transaksi BMT, seperti pembiayaan *murabahah*.

3. Uslub (metode dakwah)

Dengan demikian metode dakwah adalah suatu cara, jalan termasuk strategi, teknik, pola yang ditempuh oleh seorang da'i dalam melaksanakan dakwah guna mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Metode dakwah pada dasarnya berpijak pada dua aktivitas yaitu bahasa lisan/tulisan (*bi ahsan al qawl/ bi al-kitabah*) dan aktivitas badan atau perbuatan (*bi ahsan al-amal'*).¹⁸

Metode dakwah yang dilakukan oleh BMT yaitu secara lisan/tulisan dengan aktivitas pemasaran produk yang dilakukan pengurus dan menggunakan brosur.

¹⁶*Ibid.*, h. 74

¹⁷*Ibid.*, h. 80

¹⁸*Ibid.*, h. 86

4. *Wasilah al-Da'wah* (media dakwah)

Dengan demikian, media dakwah adalah alat objektif yang menjadi uluran yang dapat menghubungkan ide dengan umat, suatu elemen yang total dan merupakan urat nadi dalam totalitas dakwah yang keberadaannya sangat *urgent* dalam menentukan perjalanan dakwah.¹⁹

Berdasarkan jenis dan peralatan yang melengkapinya terdiri dari media tradisional dan media modern, dan perpaduan kedua media tradisional dan modern. Media tradisional seperti: tabuh-tabuhan (gendang, rebana, bedug, siter, suling, wayang). Media modern berdasarkan jenis dan sifatnya yaitu media auditif (radio, telepon, dan *tape recorder*), media visual (surat kabar, buku, majalah, brosur, pamflet).²⁰

Media dakwah *bil lisan* yaitu dalam perspektif manajemen dakwah medianya adalah BMT itu sendiri, yang dapat menghubungkan organisasi atau lembaga dakwah dengan masyarakat. Dalam penelitian ini, BMT itu sendiri yang bisa menyampaikan materi dakwah kepada anggota/nasabah.

5. Mad'u (objek dakwah)

Mad'u atau sasaran (objek) dakwah adalah seluruh manusia sebagai makhluk Allah yang dibebani menjalankan agama Islam dan diberi kebebasan untuk berikhtiar, kehendak dan bertanggung jawab atas perbuatan sesuai dengan pilihannya, mulai dari individu, keluarga, kelompok, golongan, kaum, massa dan umat manusia seluruhnya.²¹ Mad'u atau sasaran BMT yaitu meliputi seluruh anggota lapisan masyarakat khususnya masyarakat menengah kebawah sebagai anggota/nasabah BMT.

¹⁹*Ibid.*, h. 93

²⁰*Ibid.*, h. 95

²¹*Ibid.*, h. 96

6. Tujuan Dakwah

Tujuan utama dakwah adalah nilai atau hasil akhir yang ingin dicapai atau diperoleh oleh keseluruhan tindakan dakwah. Untuk tercapainya tujuan utama inilah maka semua penyusunan, semua rencana, dan tindakan dakwah harus ditujukan dan diarahkan. Tujuan utama dakwah sebagaimana telah dirumuskan ketika memberi pengertian tentang dakwah adalah terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat yang diridhai Allah SWT.²²

Salah satu tujuan BMT yaitu sebagai penyedia jasa pembiayaan, investasi dan konsumtif, dalam tujuan dakwah BMT disini yaitu masyarakat bergabung dan melakukan transaksi dengan BMT melalui pembiayaan yang tersedia.

Murabahah adalah Istilah dalam fikih Islam yang berarti semua bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat keuntungan (*margin*) yang diinginkan.²³

Tingkat keuntungan ini bisa dalam bentuk lumpsom atau presentase tertentu dari biaya perolehan. Pembayaran bisa dilakukan secara spot (tunai) atau bisa dilakukan dikemudian hari yang disepakati bersama. Oleh karena itu, *murabahah* tidak dengan sendirinya mengandung konsep pembayaran tertunda (*deferred payment*), seperti yang secara umum dipahami oleh sebagian umum orang yang mengetahui *murabahah* hanya dalam hubungannya dengan transaksi pembiayaan diperbankan syariah, tetapi tidak memahami fikih islam.²⁴

Dalam pembiayaan ini, bank sebagai pemilik dana membelikan barang sesuai dengan spesifikasi/jenis barang apa yang diinginkan oleh nasabah yang membutuhkan pembiayaan, kemudian menjualnya ke nasabah

²²*Ibid.*, h. 98

²³Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah...*, h. 81

²⁴*Ibid.*, h. 82

tersebut dengan penambahan keuntungan tetap. Sementara itu, nasabah akan mengembalikan utangnya dikemudian hari secara tunai maupun cicil.²⁵

Pada BMT El Darus Salam Madani 132 dalam memasarkan produk *murabahah* yaitu dengan melakukan pendekatan silaturahmi juga “menjemput bola”. Pendekatan yang dilakukan dengan cara mendatangi calon anggota yang berminat dengan menjelaskan kepada calon anggota tentang lembaga keuangan syariah non bank (BMT), system yang digunakan serta prosedur operasional produk di BMT juga untuk menjalin silaturahmi yang baik bagi pengelola BMT dengan lingkungan untuk mendapat simpati/*positioning* di masyarakat.²⁶

BMT El Darus Salam Madani 132 merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang cukup dikenal keberadaannya dalam lingkup masyarakat yang ada di wilayah desa Rajabasa Lama, Kecamatan Labuhan Ratu, Lampung Timur. Tepatnya kantor BMT ini terletak di Jl. Taman Nasional Way Kambas KM 01. Ketatnya persaingan dan banyaknya BMT disana menuntut tidak hanya profesionalitas namun juga kinerja BMT agar tetap eksis dan dapat mencapai tujuan dari visinya. Saat ini BMT El Darus Salam Madani 132 Kantor pusat ini menyediakan produk pembiayaan syariah yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan usaha masyarakat menengah kebawah dan kebutuhan masyarakat lainnya dengan prinsip syariah; yakni pembiayaan jual beli (*murabahah*).

Hasil pra survei yang peneliti lakukan di BMT ini, diperoleh informasi angka dari produk pembiayaan *murabahah* setiap bulan nya bisa mencapai lebih dari 200 transaksi. Seperti halnya baru-baru ini peneliti datang dan

²⁵*Ibid*, h. 83

²⁶ Andi Willys, Manajer BMT. Wawancara dengan penulis, BMT El Darus Salam Madani 132, Lampung Timur, 04 Januari 2019

melakukan survey pada tanggal 27 November 2018, tercatat data dari produk pembiayaan *murabahah* mencapai 262 transaksi dan menjadi mayoritas.²⁷

Dari penjelasan judul diatas, penulis berkeinginan untuk meneliti dan mengetahui fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian) yang seperti apa yang diterapkan oleh BMT El Darus Salam Madani 132 ini dalam memasarkan produk pembiayaan *murabahah* sehingga produk pembiayaan *murabahah* disini menjadi produk yang paling banyak nasabahnya dibandingkan dengan produk-produk lain yang ada di BMT El Darus Salam Madani 132 tersebut.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, masalah dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana penerapan fungsi manajemen yang dilakukan BMT El Darus Salam Madani 132 dalam memasarkan produk pembiayaan *murabahah*?”.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui fungsi manajemen yang diterapkan BMT El Darus Salam Madani 132 Labuhan Ratu, Lampung Timur dalam memasarkan produk pembiayaan *murabahah*.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini dilakukan:

²⁷ Andi Willys, Manajer BMT. Wawancara dengan penulis, BMT El Darus Salam Madani 132, Lampung Timur, 27 November 2018.

a. Kegunaan Ilmiah

Peneliti diharapkan dapat berguna dalam mengembangkan keilmuan Jurusan Manajemen Dakwah, terkait dengan penetapan cara dan pelaksanaan serta evaluasi untuk mencapai tujuan pada lembaga keuangan mikro syariah

b. Kegunaan Praktik

Sebagai peningkatan pemahaman dalam tinjauan atau penilaian fungsi manajemen yang diterapkan pada produk murabahah BMT El-Darussalam 132 Rajabasa Lama, Labuhan Ratu Lampung Timur.

c. Kegunaan Akademik

Sebagai salah satu perwujudan dan Tri Dharma Perguruan Tinggi di UIN Raden Intan Lampung, yaitu penelitian terkait dengan program studi Manajemen Dakwah.

F. Metode Penelitian

Metode Penelitian berasal dari kata “metode” yang artinya cara yang tepat untuk meakukan sesuatu. Jadi, metode artinya cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan.²⁸

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan peneliti yaitu jenis penelitian kualitatif yang memberikan gambaran khusus terhadap suatu

²⁸ Cholid Narbuko, Abu Achadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015), h 11

kasus secara mendalam serta memanfaatkan data lapangan yang akan terus menerus disempurnakan selama penelitian berlangsung secara berulang-ulang.²⁹

Proses yang dimaksud dalam penelitian ini adalah “Manajemen Pemasaran Produk *Murabahah* BMT El Darus Salam Madani 132, Desa Rajabasa Lama, Kecamatan Labuhan Ratu, Kabupaten Lampung Timur”. dengan menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mengacu pada manajemen pemasaran produk *murabahah* yang diterapkan sebagai penentu keberhasilan.

b. Sifat Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan peneliti bersifat deskriptif. Metode deskriptif juga dikenal dengan metode survey yaitu pengamatan yang berskala besar, yang dilakukan pada kelompok-kelompok manusia. Penelitian ini bertujuan, semata-mata untuk memberikan gambaran tentang sesuatu. Penelitian survey mengacu pada pengumpulan data yang menggunakan metode interview dan sampling untuk menghasilkan seperangkat data kualitatif yang cocok menggunakan alat hitung.³⁰

2. Subjek Penelitian, Objek Penelitian dan Sumber Data

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu yang diteliti baik orang, benda, ataupun lembaga (organisasi). Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian. Didalam subjek penelitian inilah terdapat objek penelitian.³¹

²⁹ Kholidi S, *Metodologi Penelitian*, (Bandar Lampung: Fakultas Dakwah, 2015), h 18

³⁰ *Ibid*,h. 9

³¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta:Pustaka Pelajar,1998), h. 35

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek adalah para pengurus dan anggota/nasabah BMT El Darus Salam Madani 132, Desa Rajabasa Lama, Kecamatan Labuhan Ratu, Kabupaten Lampung Timur, yaitu *Pertama*, Manajer kantor pusat BMT El Darus Salam Madani 132. *Kedua*, bagian *marketing/pemasaran*. *Ketiga*, nasabah dari produk *murabahah* BMT El Darus Salam Madani 132, Labuhan Ratu Lampung Timur.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian memuat tentang variabel-variabel penelitian beserta karakteristik-karakteristik/unsur-unsur yang akan diteliti, populasi penelitian, sampel penelitian, unit sampel penelitian dan tempat penelitian. Objek penelitian memuat tentang apa, siapa, dimana dan kapan.³²

Demikian yang akan menjadi objek dalam penelitian ini yaitu penerapan fungsi manajemen dalam pemasaran produk pembiayaan *murabahah*, meliputi: (1) perencanaan pemasaran produk pembiayaan *murabahah*, (2) pengorganisasian pemasaran produk pembiayaan *murabahah*, (3) pelaksanaan pemasaran produk pembiayaan *murabahah*, dan (4) pengendalian/pengawasan pemasaran produk pembiayaan *murabahah*.

³²Suryana, *Metodologi Penelitian, Model Praktis Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2010), h. 30

c. Sumber Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan *Snow Ball Sampling* untuk pengambilan hasil penelitian. *Snow Ball Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang pada mulanya berjumlah kecil, tetapi makin lama makin banyak dan pengambilan data baru berhenti sampai informasi yang didapatkan dinilai telah cukup.³³

Berdasarkan sumbernya, data dapat digolongkan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.³⁴

1) Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau hubungannya dengan objek yang diteliti. Data primer tentang bagaimana penerapan manajemen pemasaran yang dilakukan berasal dari Manajer Kantor Pusat dan bagian *marketing/pemasaran* BMT El-Darus Salam Madani 132 Labuhan Ratu, Lampung timur.

2) Data sekunder adalah data yang telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang atau instansi diluar dari peneliti sendiri, walaupun yang dikumpulkan itu sesungguhnya adalah data asli. Data sekunder bisa diperoleh dari instansi-instansi, maupun pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu; (1) nasabah produk *murabahah* BMT El Darus Salam Madani 132 Kantor Labuhan Ratu, (2) kantor seluruh cabang BMT EL Darus Salam Madani 132

³³ Ella Mamang Sangatdji, *Metode Penelitian-Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, Edisi 1 (Yogyakarta:C.V. Andi Offset (Penerbit ANDI), 2010), h. 188

³⁴ Moh Pabundu Tika. *Metodelogi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi aksara, 2006), h. 57

(yaitu Adirejo, Jabung, Merapi), dan sumber data lainnya yang berkenaan dengan data yang dibutuhkan penulis.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Studi kasus atau *case study* adalah bagian dari metode kualitatif yang hendak mendalami suatu kasus tertentu secara lebih mendalam dengan melibatkan pengumpulan beraneka sumber informasi.³⁵ Jadi kasus yang dimaksud adalah manajemen pemasaran produk *murabahah*. Selain metode studi kasus, peneliti juga menggunakan beberapa metode, yaitu:

a. Metode Interview (Wawancara)

Dilihat dari proses pengumpulan datanya, wawancara dapat disebut “seni menanyakan sesuatu dengan ‘alat’ pertanyaan yang benar” (*the art of asking the right question*). Bagaimana merumuskan pertanyaan? Siapa yang harus ditanya? Kapan pertanyaan itu diungkapkan? Bagaimana mencatat setiap jawaban yang muncul? Semua itu merupakan bagian dari “seni bertanya”.

Wawancara dalam penelitian merupakan salah satu dari sejumlah metode pengumpulan data yang dapat digunakan untuk memperoleh informasi yang diperlukan.³⁶ Metode wawancara ini digunakan peneliti untuk mendapatkan data-data terkait dengan

³⁵ *Ibid*, h 12

³⁶ Asep Syaiful Muhtadi, Agus Ahmad Safei, *Metode Penelitian Dakwah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2003), h 161

manajemen pemasaran BMT El Darus Salam Madani 132 dalam memasarkan produk *murabahah*. Wawancara adalah proses memperoleh keterangan secara tatap muka untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab antara penanya dan penjawab dengan menggunakan alat yang disebut dengan *Interview guide* (panduan wawancara). Wawancara yang peneliti gunakan disini yaitu wawancara terstruktur. ³⁷Wawancara terstruktur adalah wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan yang akan diajukan.

b. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, namun melalui dokumen. Dokumen yang digunakan dapat berupa buku harian, surat pribadi, laporan notulen rapat, catatan khusus dalam pekerjaan sosial dan dokumen lainnya. Dalam hal ini penulis akan mencari data-data yang berkaitan dengan skripsi ini sebagai pendukung dari data-data wawancara dan observasi. ³⁸

4. Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan melalui instrument dengan susah payah, pada dasarnya untuk menguji hipotesis atau sekurang-kurangnya untuk menjawab pertanyaan penelitian. Oleh karena itu data-data itu perlu diolah, disusun sedemikian rupa sehingga ia mampu memberikan jawaban terhadap pertanyaan penelitian atau untuk menguji hipotesis penelitian. Pengolahan data dimaksudkan untuk mengubah data kasar menjadi data yang lebih halus dan lebih bermakna. ³⁹

³⁷Lexy J. Moloeong. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), h. 138

³⁸Tianto, *Pengantar Penelitian Pendidikan dan Pengembangan Profesi Pendidikan dan Tenaga pendidikan*, (Jakarta: Kencana, 2010), h 243

³⁹Kholidi S, *Metodologi Penelitian.....*, h 85

BAB II

MANAJEMEN PEMASARAN dan *MURABAHAH*

A. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berasal dari kata ‘manajemen’ dan ‘pemasaran’, ‘manajemen ialah sebagai rangkaian kegiatan POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*), dan ‘pemasaran’ merupakan suatu proses kegiatan yang menyangkut penawaran, menyampaikan dan mempertukarkan produk/jasa dari produsen kepada konsumen serta mendapatkan apa yang mereka butuhkan/inginkan.¹

Menurut William J. Stanton, pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial.²

Jadi, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian/pengawasan kegiatan bisnis dan mendistribusikan barang/jasa pada suatu perusahaan agar tetap tercapainya target/tujuan perusahaan secara efektif dan efisien sampai ketangan konsumen.³

¹Cand SUHARDI, *Pengantar Manajemen* (Yogyakarta: PENERBIT GAVA MEDIA, cetakan 1, 2018) h. 275

²*Ibid.*

³*Ibid.*, h. 276

Pada proses yang dimaksud penulis disini yaitu manajemen pemasaran produk *murabahah* yang seperti apa yang diterapkan BMT El Darus Salam Madani 132 apakah sudah sesuai dengan syariat mulai dari perencanaan pemasaran, pelaksanaan pemasaran, dan pengendalian dalam pemasaran produk *murabahah*-nya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

1. Peranan Pemasaran

Peran pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk/jasa sampai ketangan konsumen, akan tetapi lebih dari itu, dia dapat juga memberikan rasa kepuasan kepada pelanggan sehingga dapat menarik pelanggan. Secara spesifik peranan pemasaran tersebut adalah:

- a. Merubah (*Conversional Marketing*); seorang pemasar dapat merubah sikap orang-orang yang semula tidak menyukai, tidak berminat pada produk/jasa, berubah menjadi menyukai dan berminat.
- b. Mendorong (*stimulation Marketing*); pemasar dapat berperan sebagai pendorong/merangsang kebutuhan orang-orang yang semula tidak mengetahui suatu produk/jasa, terdorong/terangsang menjadi tahu.
- c. Mengaktifkan kembali (*Remarketing*); konsumen yang telah menurun minatnya bahkan ada yang berpindah ke produk/jasa lain, dapat diaktifkan kembali dengan peran serta seorang pemasar sehingga konsumen dapat kembali mempergunakan dan kembali membeli jasa/produknya.
- d. Merintang (*Counter Marketing*); dengan peran pemasar pula, dapat merintang/menghalangi permintaan atau keinginan orang pada produk/jasa lainnya.
- e. Menyelaraskan (*Synchromarketing*); pemasar dapat pula berperan sebagai penyalur antara pola permintaan dapat selaras dengan pola penawaran, sehingga produk tidak terlalu over jika diketahui permintaan sudah berkurang.
- f. Mengembangkan (*Development Marketing*); pemasaran adalah ujung tombak perusahaan, karena dia berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Karena apa-apa yang menjadi kebutuhan konsumen, pemasar dapat mengetahuinya lebih dulu, dan menyarankan kepada atasannya untuk mengembangkan produk baru.
- g. Memelihara (*Maintenance*); peran pemasaran pula untuk memelihara para langganannya apakah dengan memberi ucapan selamat ulang tahun, menelpon/menanyakan kabar, dan sebagainya, apalagi dia

bekerja sebagai perusahaan jasa seperti perusahaan jasa asuransi, nasabah rawatnya harus dapat dipelihara dengan baik.⁴

2. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran meyakini bahwa kunci untuk mencapai tujuan perusahaan mencakup usaha perusahaan dan menjadi lebih efektif daripada pesaingnya dalam hal menciptakan, menyampaikan, dan mengkomunikasikan kepada pasar sasaran yang ditetapkan nilai manfaat bagi konsumen. Konsep ini berkeyakinan bahwa pencapaian sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran (konsumen) dan penyampaian kepuasan yang lebih diutamakan, itu lebih efektif dan efisien daripada pesaing.⁵

Seperti gambar dibawah ini:



Pasar merupakan bagian penting dalam kehidupan seorang muslim dan bisa dijadikan sebagai katalisator hubungan transendental muslim dengan tuhan. Dengan kata lain bertransaksi dalam pasar merupakan ibadah seorang muslim dalam kehidupan ekonomi. Hal tersebut dilakukan oleh Rasulullah ketika tinggal di madinah. Beliau sering pergi kepasar untuk memenuhi kebutuhan hidup. fenomena ini

⁴ *Ibid*, h. 277

⁵ *Ibid*, h. 291

memancing pertanyaan bagi kaum Quraisy. Allah berfirman dalam QS. Al-Furqon(25):7)⁶

وَقَالُوا مَالِ هَذَا الرَّسُولِ يَأْكُلُ الطَّعَامَ وَيَمْشِي فِي الْأَسْوَاقِ لَوْلَا أُنزِلَ إِلَيْهِ مَلَكٌ فَيَكُونُ مَعَهُ نَذِيرًا ﴿٧﴾

Artinya: Dan mereka berkata, “ Mengapa Rasul (Muhammad) memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar ? Mengapa malaikat tidak diturunkan kepadanya (agar Malaikat) itu memberi peringatan bersama ia. (QS. Al-Furqaan(25):7)

1) Karakteristik Pemasaran Syariah

Dengan demikian, pemasaran syariah adalah suatu disiplin bisnis strategi yang mengarahkan pada proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari inisiator kepada pihak-pihak berkepentingan yang seluruh prosesnya sesuai dengan prinsip muamalah dalam Islam. Ada empat karakteristik pemasaran syariah yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar. Berikut ini penjelasannya:

a) Teistis (*Rabbaniyah*)

Jiwa seorang pemasar syariah meyakini bahwa hukum syariat adalah hukum yang sempurna, paling adil;serta paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan dan menyebarkan kemaslahatan.

b) Etis (*Akhlaqiyyah*)

Pemasar syariah mengedepankan nilai-nilai akhlak dalam seluruh aspek kegiatannya.

c) Realistis (*Waqi'iyah*)

Pemasar syariah adalah pemasar yang berpenampilan bersih, rapi dan bersahaja. Dengan bekerja dengan profesional dan mengenedepankan nilai-nilai kesalehan.

d) Humanistis (*Insyaniyyah*)

Pemasar syariah mempunyai sifat humanistis juga sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, warna kulit, kebangsaan dan status.⁷

Pada keempat karakteristik pemasaran syariah diatas yang menjadi indikator pemasaran BMT El Darus Salam Madani yaitu teistis (*Rabbaniyah*), realistis (*Waqi'iyah*), dan *humanistis* (*Insyaniyyah*).

⁶ Nurul Huda, Purnama Putra, et.al. *Baitul Maal Wat Tamwil* (Jakarta: AMZAH, cetakan pertama, 2016), h. 194

⁷*Ibid*, h. 199

Yaitu Pemasar syariah adalah pemasar yang meyakini hukum islam sempurna; adil, mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan. berpenampilan bersih, rapi dan bersahaja. Bekerja dengan profesional dan mengenedepankan nilai-nilai kesalehan, mempunyai sifat humanistis juga sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, warna kulit, kebangsaan dan status dalam memasarkan produknya. Jika pada karakteristik pemasaran etis (*Akhlaqiyyah*) pada BMT El Darus Salam Madani 132 ini tidak diterapkan dikarenakan etis ini sudah dicerminkan pada karakteristik realistik (*Waqi'iyah*) yaitu berpenampilan bersih, rapi dan bersahaja, bekerja secara profesional serta mengedepankan nilai-nilai kesalehan itu sudah mewakili nilai akhlak.⁸

3. Manajemen Pemasaran Baitul Maal Wat Tamwil

Adapun untuk mendukung aspek pemasaran, BMT harus mempunyai orang yang dapat dipercaya dan mempunyai jaringan yang luas. Dari sinilah dimulai kegiatan pemasaran dari aspek pendanaan, selanjutnya BMT harus menyalurkan dana tersebut dengan amanah dan profesional. BMT harus dapat menerbitkan laporan usaha yang dapat diakses oleh para penyimpan dana. Selain itu yang lebih penting adalah menjaga moralitas pegawai, bahkan anggotanya. Oleh karena itu, pembinaan pegawai dan komunitas anggota menjadi sebuah keharusan.

Dalam memasarkan produk BMT, pengelola perlu memperhatikan beberapa hal berikut ini.

a. Meluruskan Niat

Langkah pertama yang harus dilalui pengelola BMT sebelum memasarkan produknya adalah dengan meluruskan niat karena niat merupakan cermin perbuatan seseorang.⁹

b. Memperhatikan Ulama

Pengelola BMT dalam memasarkan produknya juga mengunjungi ulama untuk menjelaskan bahwa pengelolaan BMT menggunakan prinsip-prinsip syariah. Perlu juga menjalin kerjasama dengan lembaga atau organisasi sosial keagamaan yang berada dibawah naungan ulama sehingga dapat tercipta berbagai produk simpanan berbagi hasil yang dapat mengakses kebutuhan umat.

c. Memperluas Jaringan Kerja Sama

Kerjasama ini dilakukan agar BMT semakin kukuh dimasyarakat karena mengalirnya dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak.¹⁰

d. Menjemput Bola

Keaktifan pengelola dalam memasarkan produk merupakan komponen terpenting dalam menentukan tingkat keberhasilan BMT. Salah satu

⁸ Andi Willys, Wawancara dengan Penulis, BMT El Darus Salam Madani 132 , Lampung Timur, 05 Februari 2019

⁹ *Ibid*, h. 200

¹⁰ *Ibid*, h. 201

cara efektif yang dapat dilakukan dalam mencapai target pemasaran adalah dengan melakukan pendekatan “menjemput bola”. Pendekatan ini dilakukan dengan cara mendatangi calon anggota. Petugas BMT bisa dengan leluasa menjelaskan kepada calon anggota mengenai konsep keuangan syariah, system, dan prosedur operasional BMT.

Setelah keempat hal tersebut dilakukan, hal selanjutnya yang harus dilakukan adalah strategi pemasaran. Berikut ini.

- 1) Pengelola BMT harus bertindak jujur, amanah, dan professional. Ia pun harus transparan dalam hal manajemen, ikhlas menerima kritik dan saran, bijaksana dalam mengambil keputusan, serta memberikan pelayanan yang terbaik kepada semua orang.
- 2) Pengelola BMT harus memilih produk penghimpun dana yang tepat dengan ukuran yang *sederhana* (mudah dalam pemasaran, pengelolaan, dan penerapannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah), *tidak terlalu beresiko* (dana tersebut dipercayakan penyimpanannya untuk jangka waktu yang relative lama, yaitu satu tahun atau lebih, dengan besaran beban bagi hasil usaha yang ditentukan berdasarkan perhitungan wajar, tetapi tetap kompetitif), dan *mempunyai nilai jual yang tinggi* (produk penghimpunan dana yang di tawarkan benar-benar menjawab kebutuhan konkret masyarakat menengah kebawah).¹¹

Setiap organisasi diharapkan jangan sampai mengalami kegagalan dalam tugas dan fungsinya. Selain itu maka perlu dilakukan pengendalian terhadap pelaksanaan program, penggunaan uang, material, waktu dan sumber daya manusia dalam mencapai tujuan. Karena itu dalam proses manajemen dikenal aktivitas pengawasan (control).¹²

Dengan demikian, dalam proses pengawasan harus ada tiga kegiatan yang pokok, yaitu: menukar hasil aktual, membandingkan prestasi aktual dengan standar, dan tindakan manajerial. Ketiga tindakan ini merupakan substansi pengawasan yang dilakukan oleh setiap manajer atau administrator.¹³

Sedangkan metode pengawasan menurut Ivancevic dan Matesson dikelompokkan kepada tiga bagian, yaitu:

¹¹*Ibid*, h. 202

¹²Muhammad Rifa'i, Muhammad Fadli. *Manajemen Organisasi* (Bandung: Citapustaka Media Perintis, cetakan pertama, 2013), h. 43

¹³*Ibid.*, h. 44

1. **Preecontrol**, yaitu metode preecontrol meningkatkan kemungkinan bahwa hasil aktual masa depan akan membandingkan hal menyenangkan dengan hasil-hasil yang direncanakan. Kebijakan adalah sangat penting dalam hal preecontrol ini sejak melihat kesesuaian program yang dijalankan dimasa depan. Metode preecontrol lain adalah melibatkan manusia, modal dan sumber daya finansial.
2. **Concurrent Control**, adapun concurrent control adalah terdiri dari tindakan utama yang ditampilkan oleh supervisor yang secara langsung merupakan bawahannya. Arah pengawasan ini adalah apa yang dilakukan manajer, yang mencakup: (1) untuk memindahkan bawahan dalam metode lebih baik dan prosedur kerja, dan (2) mencermati pekerjaan bawahan untuk menjamin bahwa dia melakukan pekerjaan dengan baik. Hal ini dijalankan dengan adanya rantai pengendalian formal pengawasan oleh manajer di atas kepada bawahannya.¹⁴
3. **Umpan Balik (feedback)**, yaitu mengawasi dari umpan balik dengan melihat hasil kerja sebagai dasar memperbaiki tindakan berikutnya. Namun yang paling sukar adalah melakukan pengawasan terhadap kinerja seseorang melalui evaluasi kinerja

Dengan menggunakan metode pengawasan preecontrol, concurrent control, dan feedback, maka diharapkan rencana yang dilaksanakan dapat terkendali, sehingga mencapai tujuan dengan hasil yang memuaskan. Setidaknya pengawasan tersebut mencakup pengawasan proses kerja, pengawasan sumber dana, pengawasan sumber daya, dan pengawasan terhadap penggunaan waktu dan penyimpangan yang mungkin terjadi. Semua ini menjadi tanggung jawab para pengawas dalam suatu organisasi perubahan, atau organisasi pelayanan jasa.¹⁵

B. *Murabahah*

1. *Pengertian Murabahah*

a. *Fiqih*

Murabahah adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjualbelikan, termasuk harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan atasnya laba/keuntungan dalam jumlah tertentu.

b. *Teknis Perbankan*

- 1) Murabahah adalah akad jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati.

¹⁴ *Ibid.*, h.46

¹⁵ *Ibid.*, h. 47

- 2) Berdasarkan akad jual beli tersebut bank membeli barang yang dipesan oleh dan menjualnya kepada nasabah. Harga jual bank adalah harga beli dari *supplier* ditambah keuntungan yang disepakati. Bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.

2. Jenis murabahah

Murabahah dapat dilakukan berdasarkan pesanan atau tanpa pesanan. Dalam *murabahah* berdasarkan pesanan, bank melakukan pembelian barang setelah adanya pesanan dari nasabah. *Murabahah* berdasarkan pesanan dapat bersifat mengikat atau tidak mengikat nasabah untuk membeli barang yang dipesannya. Pembayaran *murabahah* dapat dilakukan secara tunai atau cicilan.¹⁶

a. Aspek Syariah

Al Quran dan Hadits

Dalam islam, jual beli adalah salah satu sarana tolong-menolong antara sesama umat manusia yang diridhai Allah SWT.



Artinya: “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan Riba...”(QS. Al Baqarah (2):275)

Dari *Suab ar Rumi ra*, bahwa Rasulullah bersabda: “Tiga perkara didalamnya terdapat keberkatan (1) menjual dengan pembayaran tangguh (*Murabahah*), (2) *Muqaradhah* (nama lain dari *mudharabah*), (3) mencampurkan tepung dengan gandum untuk keperluan rumah bukan untuk diperjualbelikan”.

Musyawahah dan Kesepakatan

Kesepakatan antara kedua belah pihak antara bank dengan nasabah sangat diperlukan dalam menentukan keputusan dan akan

¹⁶Muhamad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syari'ah*, ed. Kedua, cet. 1 (Yogyakarta: UPP STIM YKPN 2016), h 51

memperlancar urusan. Masing-masing mempunyai hak dan kewajiban yang sama, serta bersama menjaga amanah dana masyarakat.

وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَىٰ بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ ﴿٣٨﴾

Artinya: “Dan (bagi) orang-orang yang menerima (mematuhi) seruan Tuhannya dan mendirikan shalat, sedang urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarah antar mereka ;dan mereka menafkahkan sebagian dari rezeki yang Kami berikan kepada mereka.” (QS Asy-Syuura(42):38)¹⁷

Dari Abu Said Al-Hudri bahwa Rasulullah SAW bersabda: “sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan secara suka sama suka”. (HR. Al Baihaqi, Ibnu Majah, dan shahih menurut Ibnu Hibban).

b. Aspek Teknis

1) Tujuan Jual Beli¹⁸

Akad murabahah digunakan oleh bank untuk memfasilitasi nasabah melakukan pembelian dalam rangka memenuhi kebutuhan akan: Barang konsumsi seperti rumah, kendaraan/alat transportasi, alat-alat rumah tangga dan sejenisnya (tidak termasuk renovasi atau proses membangun); Pengadaan barang dagangan; Bahan baku dan/atau bahan pembantu produksi (tidak termasuk proses produksi); Barang modal seperti pabrik, mesin, dan sejenisnya; Barang lainnya yang tidak bertentangan dengan syari’at dan di setujui bank.

2) Bank

Bank diperbolehkan menentukan *supplier* atas barang yang dibeli oleh nasabah; Bank menerbitkan *Purchase Order* (PO) dan *Delivery Order* (DO) sesuai kesepakatan dengan nasabah kepada *supplier* agar barang tersebut dikirim kepada nasabah; Bank akan menstransfer uang pembelian barang langsung kepada penjual/*supplier*; Proses pengadaan barang murabahah (aktiva murabahah) harus dilakukan oleh pihak bank; Jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang, secara prinsip, menjadi milik bank maka terlebih dahulu dibuat akad wakalah.

¹⁷*Ibid*, h. 52

¹⁸*Ibid*, h. 57

3) Harga jual bank

- a) Ketentuan harga jual bank ditentukan pada awal perjanjian dan tidak boleh berubah selama jangka waktu pembayaran angsuran, termasuk jika dilakukan perpanjangan.
- b) Bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.
- c) Apabila nasabah memberikan uang muka (*urbun*), maka uang muka nasabah tersebut diperlakukan sebagai pengurang utang nasabah (*piutang murabahah*). Namun demikian akad jual beli yang dibuat antara bank dengan nasabah tetap berpedoman kepada harga jual beli awal yang telah disepakati.
- d) Bank dapat meminta uang muka pembelian kepada nasabah. Dalam murabahah, uang muka harus dibayarkan oleh nasabah kepada bank, bukan kepada pemasok. Uang muka menjadi bagian pelunasan piutang murabahah apabila murabahah jadi dilaksanakan (tidak diperkenankan sebagai pembayaran angsuran). Tetapi apabila murabahah batal, uang muka dikembalikan kepada nasabah setelah dikurangi dengan kerugian sesuai dengan kesepakatan, antara lain: potongan uang muka bank oleh pemasok; biaya administrasi; biaya yang dikeluarkan dalam proses pengadaan lainnya.¹⁹

4) Jaminan dalam *murabahah*

- a) Jaminan dalam *murabahah* diperbolehkan, agar nasabah serius dengan pesannya.
- b) Bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan jaminan yang dapat dipegang.²⁰

5) Jangka waktu

Jangka waktu murabahah ditentukan oleh kebijakan bank dalam bentuk SK Direksi. Jika nasabah telah dinyatakan pailit dan gagal menyelesaikan utangnya, bank harus menunda penagihan utang sampai ia sanggup kembali, atau berdasarkan kesepakatan. Secara prinsip, penyelesaian utang nasabah dalam transaksi murabahah tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan nasabah dengan pihak ketiga atas barang tersebut. Jika nasabah menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, ia tetap berkewajiban untuk menyelesaikan utangnya kepada bank. Jika

¹⁹*Ibid*, h. 58

²⁰*Ibid*, h. 55

nasabah menjual barang tersebut sebelum masa angsuran berakhir, ia tidak wajib segera melunasi seluruhnya. Jika penjualan barang tersebut menyebabkan kerugian, nasabah tetap harus menyelesaikan utangnya sesuai kesepakatan awal. Ia tidak boleh memperlambat pembayaran angsuran atau meminta kerugian itu diperhitungkan.²¹

Potongan pelunasan dalam murabahah (Fatwa DSN No. 23/DSN-MUI/III/2002)

- a) Jika nasabah dalam transaksi murabahah melakukan pelunasan pembayaran tepat waktu atau lebih cepat dari waktu yang disepakati, LKS boleh memberikan potongan dari kewajiban pembayaran tersebut, dengan syarat tidak diperjanjian dalam akad.
- b) Berdasarkan potongan sebagaimana dimaksudkan diatas diserahkan pada kebijakan dan pertimbangan LKS.²²

6) Uang Muka dalam *Murabahah*

Hal ini diuraikan dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 13/DSN-MUI/IX/2000 tentang uang muka dalam *murabahah*.

- a) Dalam akad pembiayaan *murabahah*, lembaga keuangan syariaah (LKS) diperbolehkan meminta uang muka apabila kedua belah pihak sepakat.
- b) Besar jumlah uang muka ditentukan berdasarkan kesepakatan.
- c) Jika nasabah membatalkan akad *murabahah*, nasabah harus memberikan ganti rugi kepada LKS dari uang muka tersebut.
- d) Jika jumlah uang muka lebih kecil dari kerugian, LKS dapat meminta tambahan kepada nasabah.
- e) Jika jumlah uang muka lebih besar dari kerugian, LKS harus mengembalikan kelebihanannya kepada nasabah.²³

7) Diskon dalam *Murabahah*

Hal ini disebutkan di dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang diskon dalam *Murabahah*.

- a) Harga (*tsaman*) dalam jual beli adalah suatu jumlah yang disepakati oleh kedua belah pihak, baik sama dengan nilai (*qimah*) benda yang menjadi objek jual beli, lebih tinggi, maupun lebih rendah.
- b) Harga jual beli *murabahah* adalah harga beli dan biaya yang diperlukan ditambah keuntungan sesuai dengan kesepakatan.

²¹ *Ibid.*, h. 59

²² Nurul huda, Purnama Putra, et.al. *BAITUL MAL WAT TAMWIL, Sebuah Tinjauan Teoritis*,.... h. 82

²³ *Ibi.*, h. 83

- c) Jika dalam jual beli *murabahah* LKS mendapat diskon dari *supplier*, harga sebenarnya adalah harga setelah diskon; karena itu, diskon adalah hak nasabah.
 - d) Jika pemberian diskon setelah akad, pembagian diskon tersebut dilakukan berdasarkan perjanjian (persetujuan) yang dimuat dalam akad.
 - e) Dalam akad, pembagian diskon setelah akad hendaklah diperjanjikan dan ditandatangani.²⁴
- 8) Sanksi nasabah mampu tetapi menunda-nunda pembayaran
Fatwa yang memaparkan mengenai hal ini adalah Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 17/DSN-MUI/IX/2000 tentang sanksi atas nasabah mampu yang menunda-nunda pembayaran.
- a) Sanksi yang di sebut dalam fatwa ini adalah sanksi yang dikenakan LKS kepada nasabah yang mampu membayar, tetapi menunda-nunda pembayaran dengan sengaja.
 - b) Nasabah yang tidak/belum mampu membayar disebabkan *force majeure* tidak boleh dikenakan sanksi.
 - c) Nasabah mampu yang menunda-nunda pembayaran dan/tidak mempunyai kemauan dan itikad baik untuk membayar utangnya boleh dikenakan sanksi.
 - d) Sanksi didasarkan pada prinsip takzir, yaitu bertujuan agar nasabah lebih disiplin dalam melaksanakan kewajibannya.
 - e) Sanksi dapat berupa sejumlah uang yang besarnya ditentukan atas dasar kesepakatan dan di buat saat akad ditandatangani.
 - f) Dana yang berasal dari denda diperuntukan sebagai dana sosial.²⁵

c. Aspek Administrasi

1. Realisasi penyaluran dana

Transaksi jual beli *murabahah* akan dicairkan setelah akad perjanjian jual beli *murabahah* ditandatangani dan bank telah menerima dokumen bukti transaksi dan penyerahan (barang yang dimaksud dalam akad) dari *supplier* kepada nasabah selaku wakil bank. Harga pembelian barang kepada *supplier* tersebut dibayarkan langsung oleh bank kepada *supplier*, sedang nasabah (pembeli) menandatangani tanda terima barang yang dibeli dari bank dengan pembayaran secara tangguh.

2. Kewajiban nasabah

a) Bank berhak meminta dan memperoleh surat kuasa dari nasabah untuk mendebet rekening nasabah pada bank guna pembayaran kewajiban (angsuran) pada setiap saat kewajiban jatuh tempo.

²⁴*Ibid.*

²⁵*Ibid*, h. 84

- b) Jika nasabah melakukan pembayaran uang muka, maka kewajiban nasabah adalah sebesar harga jual dikurangi dengan uang muka. (uang muka sebagai pengurang piutang kepada nasabah, dan tidak diperkenankan sebagai pembayaran angsuran pertama).
- c) Secara prinsip, penyelesaian utang nasabah dalam transaksi murabahah tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan oleh nasabah dengan pihak ketiga atas barang tersebut, yaitu sebesar harga jual barang. Jika nasabah menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, ia tetap berkewajiban untuk menyelesaikan utangnya kepada bank.
- d) Pendapatan
 - (1) Pendapatan murabahah diakui pada saat pembayaran angsuran.
 - (2) Semua biaya administrasi yang timbul akibat dari perjanjian ini ditanggung oleh nasabah dan diakui sebagai pendapatan bank.
 - (3) Apabila terdapat uang muka dalam transaksi murabahah berdasarkan pesanan, maka keuntungan murabahah didasarkan pada porsi harga barang yang dibiayai oleh bank harga perolehan barang dikurangi uang muka.
 - (4) Apabila transaksi murabahah pembayarannya dilakukan secara angsuran atau tangguh, maka pengakuan porsi pokok dan keuntungan secara proporsional.
 - (5) Apabila nasabah melakukan pembayaran angsuran lebih kecil dari kewajibannya maka pengakuan pendapatan dilakukan secara proporsional antara pokok dan margin.²⁶

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu syarat transaksi /pengikat antara nasabah dengan bank yang dapat dipergunakan.²⁷ Rukun Murabahah yaitu: Penjual (*Ba'i*); Pembeli (*Musyari*); Objek jual beli (*Mabi'*); Harga (*Tsaman*); Ijab Qabul.²⁸

Murabahah dapat dilaksanakan jika memenuhi persyaratan berikut:

- 1) Pihak yang berakad harus:
 - a) Cakap hukum, dan

²⁶Muhamad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syari'ah*,...h. 60

²⁷*Ibid*, h. 53

²⁸*Ibid*, h. 54

- b) Sukarela (ridha) atau tidak dalam keadaan terpaksa.
- 2) Objek yang diperjualbelikan:
 - a) Tidak termasuk barang yang diharamkan,
 - b) Bermanfaat,
 - c) Dapat diserahkan dari penjual ke pembeli,
 - d) Merupakan hak milik penuh pihak yang berakad, dan
 - e) Diserahkan oleh penjual kepada pembeli dengan spesifikasi yang sesuai.
- 3) Akad (Sighah):
 - a) Pihak yang berakad harus disebutkan secara jelas dan spesifik,
 - b) Ijab qabul (serah terima) harus selaras, baik dalam spesifikasi, barang maupun harga yang disepakati;
 - c) Tidak mengandung klausul yang bersifat menggantung keabsahan transaksi pada hal atau kejadian yang akan datang; dan
 - d) Tidak membatasi waktu.²⁹
- 4) Dokumen yang dibutuhkan adalah
 - a) Formulir pengajuan pembiayaan
 - b) Kelengkapan dokumen pendukung
 - c) Surat persetujuan prinsip
 - d) Akad jual beli
 - e) Surat permohonan realisasi murabahah
 - f) Tanda terima uang untuk akad wakalah
 - g) Tanda terima barang yang ditandatangani anggota³⁰

3. Ketentuan-ketentuan Murabahah

Ketentuan tentang Murabahah (Fatwa DSN No. 04/DSN-MUI/IV/2000)

- a. Bank dan nasabah harus melakukan akad murabahah yang bebas riba.
- b. Barang yang diperjualbelikan tidak diharamkan oleh syari'ah islam.
- c. Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
- d. Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembeliaannya ini harus sah dan bebas riba.
- e. Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian.
- f. Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam kaitan ini bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.
- g. Nasabah membayar harga barang yang telah dipakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.³¹

²⁹Nurul huda, Purnama Putra, et.al. *BAITUL MAL WAT TAMWIL, Sebuah Tinjauan Teoritis*,...h. 82

³⁰*Ibid*, h. 85

³¹Muhamad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syari'ah*,...h. 54

- h. Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah berupa pengikatan jaminan dan/atau asuransi.
- i. Jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga (akad wakalah), akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang, secara prinsip, menjadi milik bank.

Ketentuan murabahah kepada nasabah, antara lain:

- 1) Nasabah mengajukan permohonan dan perjanjian pembelian suatu barang atau aset kepada bank
- 2) Jika bank menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu aset yang dipesannya secara sah dengan pedagang
- 3) Bank kemudian menawarkan aset tersebut kepada nasabah dan nasabah harus menerima (membeli)-nya sesuai perjanjian yang telah disepakatinya, karena secara hukum perjanjian tersebut mengikat; kemudian kedua belah pihak harus membuat kontrak jual beli.
- 4) Dalam jual beli ini bank di bolehkan untuk meminta nasabah untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan.
- 5) Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut, biaya riil bank harus dibayar dari uang muka tersebut.³²

4. Standarisasi Akad

Standarisasi ini tidak menutup kemungkinan pengembangan baru skim-skim atau instrument-instrumen pembiayaan, modifikasi, atau variasi dari skim-skim yang sudah ada dengan catatan mereka sesuai dengan aturan-aturan syariah.

- a. Prinsip pokok (standar) minimal pembiayaan murabahah yang harus dipenuhi adalah sebagai berikut.³³
 - 1) Murabahah adalah penjualan barang oleh seseorang kepada pihak lain dengan pengaturan bahwa penjual berkewajiban untuk mengungkapkan kepada pembeli harga pokok dari barang dan margin keuntungan yang dimasukkan dalam harga jual barang tersebut. Pembayaran dapat dilakukan secara tunai maupun tangguh.
 - 2) Barang yang diperjualbelikan haruslah barang-barang yang nyata dan bukan berupa dokumen-dokumen kredit.
 - 3) Karena merupakan jual beli, maka komoditas yang menjadi objek jual beli dalam transaksi murabahah haruslah berwujud, dimiliki oleh penjual, dan dalam penguasaan secara fisik atau konstruktif (*constructive possession*). Oleh karena itu, sudah seharusnya bahwa penjual menanggung resiko kepemilikan (*risks of ownership*) sebelum menjual komoditas tersebut kepada pembeli/konsumen.

³²Ibid, h. 55

³³Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 163

- 4) *Murabahah*, layaknya seperti jual beli lainnya, memerlukan adanya penawaran dan pernyataan menerima (*ijab dan qabul*) yang mencakup kepastian harga, tempat penyerahan, dan tanggal harga yang disepakati (dalam hal pembayaran secara tangguh).
- 5) Dalam transaksi *murabahah*, penunjukan agen, bila ada, pembelian barang oleh atau untuk dan atas nama bank, dan penjualan akhir barang kepada nasabah seluruhnya harus merupakan transaksi yang independen satu sama lain dan harus di dokumentasikan/dicatat secara terpisah.
- 6) *Invoice* yang diterbitkan oleh suplair adalah atas nama bank karena komoditas yang dibeli oleh suatu agen adalah atas nama bank tersebut. Pembayaran harga komoditas lebih diutamakan dilakukan langsung oleh bank kepada suplair.³⁴
- 7) Bila transaksi jual beli sudah disepakati, maka harga jual beli tidak dapat berubah.
- 8) Dalam perjanjian dapat dimasukkan klausul dalam hal terjadi keterlambatan pembayaran atau *default* bahwa nasabah diharuskan membayar denda yang dihitung dalam presentase perhari atau pertahun dan penerimaan denda tersebut akan dilakukan dana kebajikan pada bank.
- 9) Bank dapat meminta kepada pengadilan yang sesuai untuk mengambil alih asset agunan yang ditetapkan oleh pengadilan sesuai dengan kewenangannya, dan yang hanya boleh diambil bank adalah biaya langsung dan biaya tidak langsung yang benar-benar telah dikeluarkan, sedangkan *opportunity cost* tidak diperkenankan diganti. Agunan juga dapat dijual oleh pihak bank tanpa intervensi dari pengadilan.
- 10) Nasabah dapat dimintakan untuk memberikan jaminan dalam bentuk surat sanggup, hipotek, lien, hak tanah, atau bentuk asset lainnya. Namun, bank sebagai pemegang hak dari jaminan yang diagunkan tidak boleh mengambil manfaat dari barang yang diagunkan seperti hak atas tanah maupun hak atas tagihan.
- 11) Kontrak *murabahah* tidak dapat *di-roll over* karena barang ketika sudah di jual bank maka menjadi hak nasabah sehingga tidak dapat dijual kembali oleh bank.
- 12) Perjanjian *buy-back* dilarang. Dengan demikian, komoditas yang telah dimiliki oleh nasabah tidak dapat menjadi objek transaksi *murabahah* antara nasabah tersebut dengan bank yang membiayai.
- 13) *Promisory note* atau *bill of exchange* atau bukti utang lainnya tidak dapat dipindahtangankan atau ditransfer dengan suatu harga yang berbeda dari *face value*-nya.³⁵

³⁴ *Ibid*, h. 164

³⁵ *Ibid*, h. 165

5. Teknik Pelaksanaan Skema Murabahah

Akad murabahah digunakan untuk memfasilitasi anggota BMT dalam memenuhi kebutuhan hidup, seperti membeli rumah, kendaraan, barang-barang elektronik, furniture, barang dagangan, bahan baku, atau bahan pembantu produksi. Adapun teknis pelaksanaannya sebagai berikut.³⁶

- a. Anggota harus baligh atau cakap hukum dan mempunyai kemampuan membayar.
- b. Harga jual ditentukan pada awal perjanjian dan tidak boleh berubah selama jangka waktu pembayaran angsuran, termasuk jika dilakukan perpanjangan waktu.
- c. BMT dapat meminta uang muka jika diperlukan. Uang muka merupakan pengurangan dari kewajiban anggota kepada BMT. Besarnya relatif karena berdasarkan kesepakatan.
- d. Jangka waktu diupayakan tidak melebihi satu tahun. Jika lebih, harus dikeluarkan SK dari pengurus.
- e. Jika anggota ingkar janji dalam pembayaran angsurannya, BMT berhak mengenakan denda, kecuali disebabkan adanya musibah.
- f. Jika anggota melunasi kewajibannya sebelum jatuh tempo, ia dapat diberikan *muqassah*, yaitu potongan margin berdasarkan kebijakan manajemen koperasi syariah.
- g. BMT diperbolehkan untuk meminta jaminan kepada anggota atas piutang murabahah.
- h. Dokumen yang dibutuhkan adalah:
 - 1) Formulir pengajuan pembiayaan
 - 2) Kelengkapan dokumen pendukung
 - 3) Surat persetujuan prinsip
 - 4) Akad jual beli
 - 5) Surat permohonan realisasi murabahah
 - 6) Tanda terima uang muka untuk akad wakalah, dan
 - 7) Tanda terima barang yang ditandatangani anggota.³⁷

C. BMT Sebagai Lembaga Dakwah

Dalam perspektif dakwah, BMT merupakan lembaga keuangan mikro yang berbasis syariah (Islam), yang berkedudukan sebagai media atau sarana dakwah dalam unsur-unsur dakwah. Unsur-unsur dakwah adalah komponen-

³⁶Nurul Huda, Purnama Putra, et.al. *BAITUL MAL WAT TAMWIL, Sebuah Tinjauan Teoritis....*, h. 84

³⁷*Ibid*, h. 85

komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (mitra dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode), dan *atsar* (efek dakwah).

1. *Da'i* (pelaku dakwah)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi/lembaga.³⁸

Dalam prakteknya, yang berperan sebagai *da'i* adalah para anggota pengurus BMT.

2. *Mad'u* (penerima dakwah)

Mad'u, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik secara individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama islam maupun tidak; atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan.³⁹ Penerima dakwah dalam prakteknya di BMT adalah anggota/nasabah.

3. *Maddah* (materi dakwah)

Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran islam itu sendiri.⁴⁰ Materi dakwah yang disampaikan oleh BMT kepada anggota atau *mad'u*-nya adalah transaksi keuangan yang dilakukan yaitu pembiayaan *murabahah*.

³⁸ Muhammad Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah, Edisi Pertama, Cetakan Kedua* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), h. 21

³⁹ *Ibid*, h. 23

⁴⁰ *Ibid*, h. 24

4. Wasilah (media) dakwah

Wasilah (media) dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada *mad'u*. Untuk menyampaikan ajaran islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai *wasilah*.⁴¹

Dalam penyampaian materi dakwah kepada *mad'u* atau anggota, disini BMT itu sendiri yang berperan sebagai media/sarana dakwah.

5. Thariqah (metode) dakwah

Metode dakwaha adalah jalan atau cara yang dipakai untuk menyampaikan ajaran materi dakwah islam. Dalam penyampaian suatu pesan dakwah, metode sangat penting peranannya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan melalui metode yang tidak benar, maka pesan itu bisa saja ditolak oleh penerima pesan.⁴²

Metode dakwah yang dilakukan oleh BMT yaitu secara lisan/tulisan dengan aktivitas pemasaran produk yang dilakukan pengurus dan menggunakan brosur.

6. Atsar (efek) dakwah⁴³

Setiap aksi dakwah akan menimbulkan reaksi. Demikian, jika dakwah telah dilakukan oleh seorang da'i dengan materi dakwah dan metode tertentu, maka akan timbul respon dan efek pada penerima dakwah.⁴⁴

Efek dakwah yang timbul karena dakwah oleh BMT kepada *mad'u*-nya atau nasabahnya yaitu kepuasan anggota/nasabah dan timbulnya loyalitas anggota/nasabah kepada BMT.

⁴¹ *Ibid*, h. 32

⁴² *Ibid*.

⁴³ *Ibid*, h. 34

⁴⁴ Khusniati Rofiah, *Dakwah Jamaah Tabligh dan Eksistensinya di Mata Masyarakat*. (Ponorogo: STAIN Ponorogo Pers, Cetakan Pertama, 2010), h. 38

D. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan judul penelitian ini yang sekiranya mirip sekilas persamaan dengan beberapa karya ilmiah lain, pembeda dalam garis besar berkenaan dengan judul dan pembahasan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Novi Nurjanah, NPM 2041030014, Jurusan Manajemen Dakwah, Tahun 1427 H/2006 M, IAIN Raden Intan Lampung. Skripsi dengan Judul “Manajemen Baitul Wat Tamwil Ishlahul Ummah Dalam Menyalurkan Pembiayaan *Murabahah* Pada Pengusaha Kecil di Kecamatan Kotabumi.”

Dalam skripsi ini penulis mendapatkan hasil dan informasi dari penelitiannya tentang manajemen BMT Ishlahul Ummah dalam pemberdayaan dan penyaluran pengusaha melalui pembiayaan *murabahah* bagi ekonomi perdagangan pengusaha kecil.

2. Fiktor Hendrik, NPM 0141030002, Jurusan Manajemen Dakwah, Tahun 1429 H/2008 M, IAIN Raden Intan Lampung. Skripsi dengan Judul “Fungsi Manajemen Keuangan Pada BMT Darul Aman Bandar Lampung Dalam Pengembangan Usaha Kecil.”

Dalam skripsi ini penulis mendapatkan hasil dan informasi dari penelitiannya tentang fungsi BMT dalam mengembangkan usaha kecil dan sebagai penggerak bagi usaha-usaha kecil dalam peningkatan usahanya, dengan cara pemberian pembiayaan kepada usaha kecil.

3. Taharrudin, NPM 0841020071, Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, Tahun 1437 H/2015 M, IAIN Raden Intan Lampung. Skripsi dengan Judul

“Partisipasi Masyarakat Terhadap Produk Pembiayaan *Mudhorobah* di Baitul Maal Wat Tamwil Al-Hanif Bandar Lampung.”

Dalam skripsi ini penulis mendapatkan hasil dan informasi tentang kemauan dan minat masyarakat Bandar Lampung untuk menjadi nasabah di BMT tersebut khususnya terhadap produk pembiayaan *Mudhorobah* yang ada di BMT Al-Hanif.

Jadi, letak pembeda dari skripsi penulis disini dengan skripsi lainnya diatas yaitu: lembaga yang berbeda baik lokasi, wilayah dan nama lembaganya, fokus hasil penelitian, baik subjek dan objeknya. Disini Penulis meneliti tentang Manajemen BMT El Darus Salam Madani 132 Labuhan Ratu, Lampung Timur dalam memasarkan produk *murabahah*. Hasil yang dituju dalam penelitian ini adalah bagaimana manajemen BMT El Darus Salam Madani 132 ini memasarkan produk *murabahah*, mulai dari *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling (POAC)* yang diterapkan pada produk *murabahah*, sehingga dapat menjadi produk dengan transaksi yang mempunyai perkembangan pada setiap bulannya.

BAB III

BMT EL DARUS SALAM MADANI 132 dan PEMBIAYAAN MURABAHAH

A. Gambaran Umum BMT El Darus Salam Madani 132 Rajabasa Lama, Labuhan Ratu, Lampung Timur

BMT ini sendiri merupakan program dari BMI (Bank Muammalat Indonesia), yang bekerja sama dengan PINBUK (Pusat Inkubasi Usaha Kecil Mikro). BMI sendiri mempunyai program mendirikan BMT Se-Indonesia sebanyak 500 BMT. Provinsi Lampung mendapat 21 unit BMT, Kabupaten Lampung Timur mendapat bagian sebanyak 7 BMT salah satunya yaitu BMT EL DARUSSALAM 132 Rajabasa Lama. BMT EL DARUSSALAM sendiri mendapat nomor urut 132 Se-Indonesia. Nomor ini sudah menjadi nomor baku/induk yang telah ditetapkan oleh BMI dan PINBUK Pusat.

BMT EL DARUSSALAM 132 Rajabasa Lama berdiri pada tanggal 10 November 2008 dengan No. Badan Hukum 18/BH/X.7/XI/2008, yang didirikan oleh 25 pendiri dan dengan tambahan anggota sebanyak 5 orang. Para pendiri memberi nama BMT EL DARUSSALAM. Pendiri mengharapkan dengan berdirinya BMT ini dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat dan menghilangkan renternir-renternir yang ada di sekitar Lingkungan BMT itu sendiri, guna membangun ekonomi syariah.

BMT EL DARUSSALAM 132 Rajabasa Lama berdiri dengan modal awal Rp 130.000.000,- yang terdiri dari simpanan wajib Rp 3.000.000 per anggota, simpanan pokok khusus perpengelola Rp 10.000.000. di BMT anggota diwajibkan membayar simpanan wajib sebesar Rp 20.000 / bulan.

BMT EL Darussalam 132 sudah mempunyai 3 kantor cabang. Cabang pertama di daerah Pasar Adirejo Kecamatan Jabung yang resmi dibuka operasionalnya yaitu tanggal 14 Oktober 2010. Kantor cabang kedua ada di daerah Pasar Pugung Raharjo yang resmi di buka operasionalnya tanggal 21 April 2011 dan kantor cabang ketiga ada di Desa Merapi Lampung Tengah 5 maret 2012.

Awalnya BMT ini bernama BMT EL DARUSSALAM 132 setelah terjadi peraturan pemerintah yang mengharuskan nama BMT menjadi tiga suku kata maka BMT ini sekarang berubah nama menjadi KSPPS BMT EL DARUS SALAM MADANI 132. Kepanjangan KSPPS sendiri yaitu Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah. Total keseluruhan karyawan sampai saat ini berjumlah 19 karyawan yang terbagi menjadi 4 kantor.

BMT El Darus Salam Madani 132 Lampung, berkantor pusat di desa Rajabasa Lama Kecamatan Labuhan Ratu, dengan wilayah kerja mencakup dua kabupaten, yaitu Kabupaten Lampung Timur dan Kabupaten Lampung Tengah. Untuk wilayah kabupaten Lampung Timur berada di Desa Rajabasa Lama, desa Adirejo dan, desa Pugung Raharjo. Sedangkan untuk Kabupaten Lampung Tengah kami baru mampu membuka satu cabang saja, yaitu di Desa Merapi Qurnia Mataram Bandar Jaya.

Sebagai Lembaga Keuangan/Koperasi Simpan Pinjam yang berdasarkan prinsip syari'ah dan baru beroperasi dalam kurun waktu kurang lebih 8 tahun ditengah-tengah lembaga keuangan konvensional dan lembaga

keuangan syari'ah yang menjamur pada masa sekarang ini dirasakan sangat berat dan penuh tantangan yang tidak ringan dalam rangka melakukan aktivitas kesehariannya, agar semakin eksis dan mampu bersaing serta tumbuh berkembang sehingga mampu bergerak secara berkesenambungan. Oleh karena itu, kebersamaan dan kekompakan serta kesepahaman para pihak internal dan masyarakat / lembaga sekitar sangat menentukan masa depan dan keberlanjutan perkembangan BMT El Darus Salam Madani 132 Lampung.¹

1. Azas, Visi, Misi, dan Tujuan

Azas, Visi, Misi, dan Tujuan BMT El Darus Salam Madani 132, yaitu:

a. Azas BMT

Mengembangkan ekonomi syariah secara Islami yang bersumber pada AlQuran dan Hadits Rasulullah SAW.

b. Visi BMT

Menjadikan lembaga keuangan mikro yang sehat terpercaya, yang mampu melayani anggota dan masyarakat serta lingkungan, meningkatkan teknologi khas PINBUK dan BMI melalui program SOM, SOP, dan IT, untuk mencapai kehidupan yang Islami, damai, dan sejahtera.

c. Misi BMT

Mengembangkan BMT sebagai gerakan pembaharuan, gerakan pemberdayaan, dan gerakan keadilan sehingga terwujudnya kualitas masyarakat yang selalu damai dan sejahtera.

¹Data internal Sejarah Berdirinya BMT El Darus Salam Madani 132, Rajabasa Lama Labuhan Ratu Lampung Timur

d. Tujuan BMT

- 1) Meningkatkan keimanan dan kinerja, pengurus dan pengelola untuk mencapai hasil yang optimal
- 2) Menumbuhkembangkan ekonomi syariah untuk memacu peningkatan kesejahteraan umat
- 3) Memperkuat kelembagaan dan memperluas jaringan kerja
- 4) Menjalin hubungan kerjasama sesama BMT seluruh Indonesia dan antara lembaga keuangan syariah
- 5) Mengembangkan suatu model BMT dengan menggunakan SOM, SOP, dan IT khas PINBUK dan BMI.

2. Keanggotaan

Koperasi ini membedakan 3 tipe keanggotaan:

a. Anggota Pendiri

Anggota pendiri BMT adalah setiap Warga Negara Indonesia (WNI) yang bersepakat untuk mendirikan BMT dan telah membayar; Simpanan Pendiri, Simpanan Pokok Khusus dan Simpanan Wajib, sebelum BMT diluncurkan, dan memiliki hak suara Serta berperan dalam menentukan arah kebijakan lembaga.

Jumlah pendiri 10 orang beserta jumlah simpanan modal awal dengan jumlah Rp.75.000.000,- untuk mendirikan BMT El Darus Salam Madani 132 yaitu:

- (1) Hi.M.Syafi'i (Rp.12.170.000,-)
- (2) H. M.Darlan (Rp.3.210.000,-)

- (3) Hi. Yamari BA (Rp.210.000,-)
- (4) Hi. Suyoto (Rp. 3.180.000,-)
- (5) Hj. Umi Salamah (Rp.35.280.000,-)
- (6) Hi. Andi Willys PH (Rp. 3.510.000,-)
- (7) Hj. Ety Haryanti (Rp. 7.840.000,-)
- (8) Hi. Angga Giatna H (Rp. 3.240.000,-)
- (9) Sunarta, S.Pd (Rp. 3.180.000,-)
- (10) Hi. Mujahid Nursalim (Rp. 3.180.000,-)

b. Anggota Khusus

Adalah mereka yang menyetor simpanan pokok dan wajib, memiliki hak suara dan berpartisipasi aktif dalam RAT. Jumlahnya sekarang 56 orang dimana 10 diantaranya adalah pendiri koperasi

c. Anggota Biasa

Adalah mereka yang telah membayar simpanan pokok sebesar Rp 10.000 dan Simpanan Wajib, memiliki hak suara namun tidak aktif, memberikan hak suaranya didalam RAT melalui perwakilan yang ditunjuk. Saat ini jumlah anggota keseluruhan adalah yang aktif berkisar 3.200 orang anggota.²

3. Jumlah Data Pembiayaan BMT El Darus Salam Madani 132

Jumlah nasabah secara umum di BMT El Darus Salam Madani 132 terhitung per desember dari tahun 2015 sampai dengan 2018, pada tabel dibawah ini:

²Data internal Sejarah Berdirinya BMT El Darus Salam Madani 132, Rajabasa Lama Labuhan Ratu Lampung Timur.

TABEL 1

TABEL SEKTOR KEBUTUHAN ANGGOTA

No.	Sektor Kebutuhan	Tahun			
		2015	2016	2017	2018
1.	Pertanian	785	612	641	546
2.	Perdagangan	1.348	1.072	1.187	956
3.	Perikanan dan Kelautan	785	659	668	412
4.	Peternakan	452	387	367	256
5.	Industri	365	258	302	214
6.	Jasa	269	212	185	194
Jumlah Total		4.004	3.200	3.350	2.578

Sumber Data: Dokumentasi BMT El Darus Salam Madani 132 Labuhan Ratu, Lampung Timur, Tahun 2018

Pada tahun 2018, total dana untuk seluruh sektor kebutuhan anggota yaitu berkisar Rp. 2.005.324.000,- dan pada sektor kebutuhan anggota untuk perdagangan yaitu senilai Rp. 743.634.000,-. Data yang tertulis dalam tabel di atas yaitu berupa data angka pengajuan pembiayaan yang masuk, tidak termasuk data pengajuan pembiayaan yang ditolak atau diterima.

Menurut data sektor kebutuhan perdagangan pada tabel di atas, angka belum termasuk data pencairan dan jumlah kemacetan pembayaran kewajiban bagi anggota yang mempunyai kewajiban (hutang *murabahah*). Dari jumlah pembiayaan yang masuk total 956 yang tertulis diatas, hanya berkisar 600 yang diterima dan adanya pencairan dana. Pencairan dana

pengajuan pembiayaan sesuai dengan usaha yang dijalankan anggota, pengajuan pembiayaan akan disesuaikan juga dengan kemampuan pengembalian kewajiban oleh anggota kepada BMT dengan kriteria-kriteria yang sudah ditentukan. Dana pembiayaan yang diberikan disesuaikan, namun BMT membatasi maksimal hanya Rp. 10.000.000,-/anggota untuk usaha yang cukup baik, dan lebih dari Rp. 10.000.000,- jika usaha yang dijalankan anggota sudah berkembang baik atau besar. Data pembaharuan pinjaman sektor kebutuhan anggota untuk perdagangan, maka jumlahnya berkisar senilai Rp. 423.863.000,- untuk 600 anggota tersebut.³

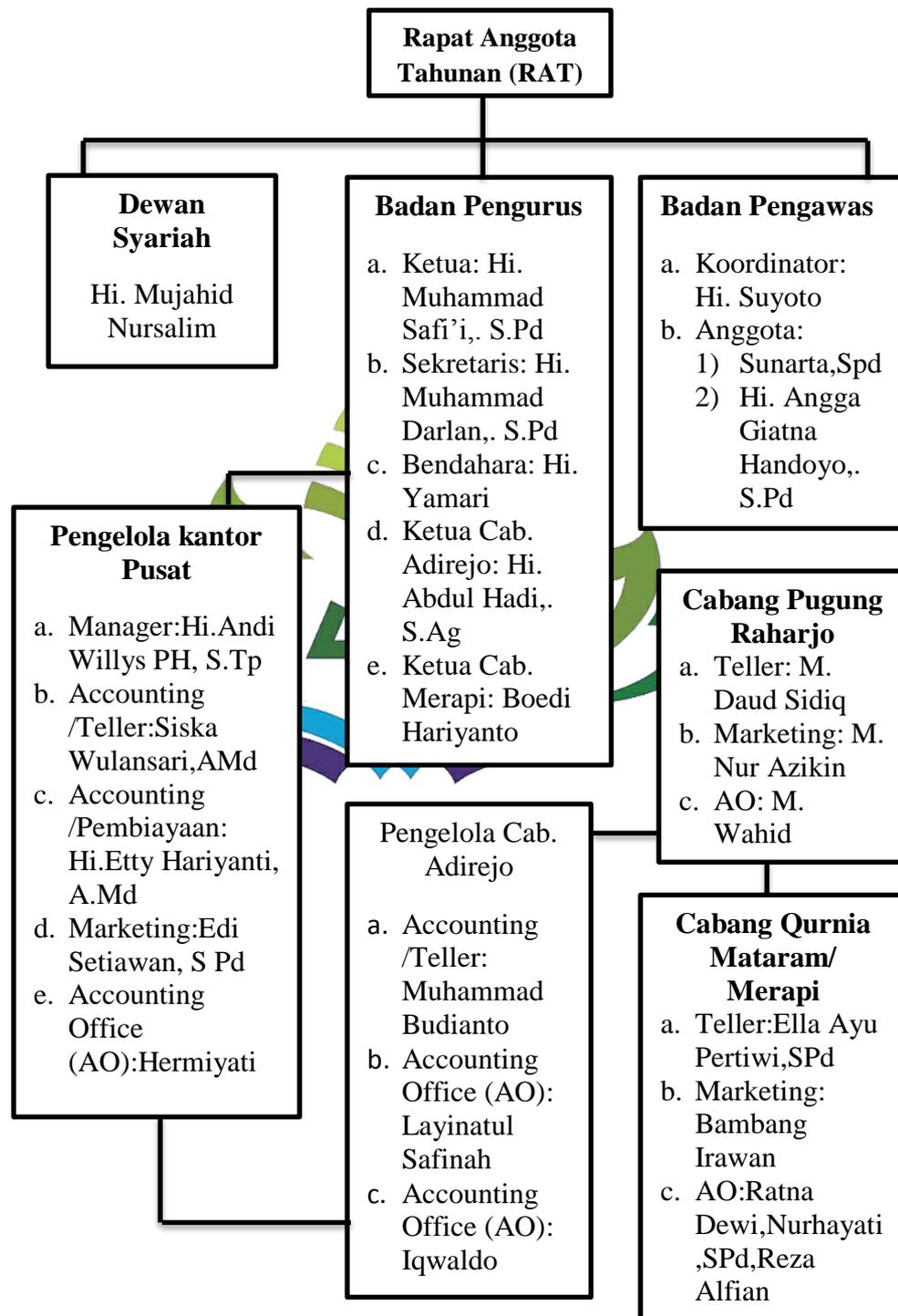
Secara umum, di BMT El Darus Salam Madani 132 transaksi didalam jumlah nasabah/anggota yang tertera pada tabel diatas lebih banyak pada transaksi dari pembiayaan *murabahah* dibandingkan dengan pembiayaan lainnya.⁴

³ Andi Willys, Manajer BMT, Wawancara dengan penulis, di ruang BMT El Darus Salam Madani 132, Lampung Timur. Senin, 22 Juli 2019.

⁴ Andi Willys, Manajer BMT, Wawancara dengan penulis, di ruang BMT El Darus Salam Madani 132, Lampung Timur. Selasa, 12 Maret 2019

4. Kepengurusan

Gambar 2
Bagan kepengurusan BMT El Darus Salam Madani 132



Sumber Data: Dokumentasi BMT El Darus Salam Madani !32, diolah peneliti

5. Produk dan Jasa / Layanan

Sebagai lembaga keuangan maka kegiatan yang pokok dilaksanakan oleh Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT EL DARUS SALAM MADANI 132 Lampung; Kegiatan Simpan Pinjam. Disamping kegiatan komersial, terdapat juga kegiatan yang bersifat sosial (baitul maal) yang sumber dananya berasal dari sumbangan sosial (zakat, infak dan sedekah).

Adapun kegiatan yang bersifat komersial dengan pendekatan syariah tersebut adalah:

- 1) *Mudharabah*. Pembiayaan dimana lembaga berkontribusi modal.
- 2) *Musyarakah*. Pembiayaan dimana lembaga berkontribusi modal dan tenaga.
- 3) *Murabahah*. Skema jual beli dimana terdapat mekanisme margin atau mark up.
- 4) *Qordhul Hasan*. Pinjaman kebaikan yang hanya pokoknya saja berhak ditagih
- 5) Tahajud ini adalah Simpanan Haji
- 6) Tafakur ini adalah Simpanan Kurban
- 7) Tamaroh ini adalah Simpanan Umroh

Sampai dengan Desember 2016, lembaga ini telah menyalurkan 60% dari total volume pencairannya ke sector perdagangan, dan penyaluran kepada industri rumah tangga yakni 8%, ke sector pertanian sebesar 20%, ke sektor jasa-jasa 7% dan sisanya 4% ke lain-lain. Sebagian

besar jenis akad yang dilakukan mengikuti pola jual beli (*murabahah*), dimana lembaga melakukan *mark up* atas harga pokok dan angsuran berkisar antara 3- 36 bulan.

6. Manajemen dan Sistem

Dapat ditinjau dari segi manajemen dan organisasi bisnis, maka lembaga ini telah membuat berbagai system dan tata kelola internal yang umum berlaku di lembaga keuangan, dan telah terdapat pembagian fungsi-fungsi seperti; administrasi, accounting officer funding, accounting officer pembiayaan, kasir/teller, dan operasional. Untuk meningkatkan efisiensi kerja dan memperbaiki tingkat kecepatan pelayanan maka dalam operasionalnya lembaga ini telah menerapkan prosedur administrasi berbasis komputer, dan telah terinstalasi dengan baik suatu system software pendukung yang produknya diperoleh dari PT Barati Semarang.⁵

B. Manajemen Pemasaran Produk Pembiayaan *Murabahah* BMT El Darus Salam Madani 132 Rajabasa Lama, Labuhan Ratu, Lampung Timur

1. Perencanaan Pemasaran

a. Konsep Awal Produk Pembiayaan *Murabahah*

Produk pembiayaan *murabahah* (jual beli) adalah produk yang ada pada perencanaan awal berdirinya BMT sebelum disahkan. Setelah disahkan dengan beberapa produk yang ada, maka produk pembiayaan *murabahah* menjadi salah satu produk yang lebih banyak dalam transaksinya. Karena hampir seluruh transaksi yang dilakukan di BMT

⁵Data internal Sejarah Berdirinya BMT El Darus Salam Madani 132, Rajabasa Lama Labuhan Ratu Lampung Timur

El Darus Salam Madani 132 yaitu dengan sistem pembiayaan *murabahah*.

Murabahah merupakan jual beli dimana pembeli memesan barang kepada penjual, lalu penjual memberikan harga jual sebesar perolehan ditambah keuntungan yang disepakati dan penjual mengungkapkan harga pokok barang secara jujur kepada pembeli. Posisi lembaga keuangan dalam hal ini melakukan pembelian terhadap barang yang dibutuhkan oleh anggota dan selanjutnya setelah barang yang dibutuhkan diperoleh, lalu dijual kepada anggota dengan harga jual yang disepakati melalui tawar menawar, kemudian anggota dapat membayar dengan cara mengangsur atau melunasi pada periode tertentu (jatuh tempo).

Terkait dengan pembiayaan jual beli, maka mekanisme BMT adalah adanya proses pembelian dan penjualan yang dilakukan. Namun, mengingat fungsi lembaga keuangan adalah lembaga mediasi yang tidak mungkin melakukan pembelian secara langsung dalam setiap transaksinya dan tidak bisa stok barang karena takut tidak sesuai dengan keinginan anggota/nasabah, justru akan menimbulkan kekurangan dana untuk BMT karena lambatnya perputaran uang yang ada (bangkrut). Oleh karena itu BMT menerapkan sistem *wakalah* (mewakikan) kepada anggota untuk melakukan pembelian barang yang dibutuhkan. Dengan akad *wakalah* ini proses transaksi yang dilakukan oleh anggota pada saat pengadaan, yaitu dengan anggota menunjukkan dan

menyerahkan barang bukti pembelian baik berupa barang atau dokumen pembelian yang sah dari anggota kepada BMT. Kemudian serah terima dokumen pembelian, sehingga BMT tahu barang apa, merek apa yang dibeli oleh anggota, dan didapat dari mana, apakah sesuai dengan akad atau tidak.

Ketentuan dalam pembiayaan *murabahah* ini yaitu (i) adanya kesepakatan terlebih dahulu antara BMT dengan anggota (akad), (ii) ketersediaan anggota untuk mewakili BMT dalam hal pembelian (iii) kesepakatan tidak dapat dibatalkan secara sepihak.

Dengan demikian, BMT hanya memberikan uang sesuai dengan kesepakatan dan anggota menerima uang pembiayaan sesuai yang diajukan tersebut untuk melakukan pembelian barang sesuai akad sebagai tambahan modal usaha yang telah disepakati. Dalam praktik jual beli disini menimbulkan problematik dalam masyarakat bahwa sistem jual beli yang dilakukan BMT tidaklah sesuai dengan syariat. Karena seakan BMT melakukan beberapa transaksi dalam satu akad yaitu penyerahan uang kepada anggota, pembelian barang dan penjualan barang kepada anggota berupa uang, dengan lebih baik bahwa disini menjadi mirip *mudharabah* (pemberian dana modal usaha).⁶

Mengapa *murabahah* tidak *mudharabah*? Karena BMT tidak mengambil resiko untuk kegagalan atau cacatnya akad itu sendiri,

⁶Andi Willys, Manajer BMT, Wawancara dengan penulis, di ruang BMT El Darus Salam Madani 132, Lampung Timur. Selasa, 12 Maret 2019.

dengan adanya ketidak saling percaya, kebohongan atau kecurangaan dari salah satu belah pihak dalam pemberian kepercayaan khususnya anggota yang biasanya kurang terbuka dalam pembuatan laporan hasil penjualan sebagai bukti utama pembagian nisbah (data khusus). Maka dari itu digunakannya akad *murabahah* dengan sistem *wakalah* yang digunakan bukan akad *mudharabah*.

Saat pengajuan pembiayaan sebesar Rp.10.000.000,- sebagai tambahan modal usaha warung makan, BMT memberikan dana sejumlah yang kita ajukan dan persetujuan sesuai dengan data yang didapat BMT pada saat survei. Lalu anggota sendiri yang akan pergi untuk membeli barang apa saja yang dibutuhkan. Sebelum pergi membeli barang tersebut, adanya kesepakatan terlebih dahulu antara anggota dengan BMT, adanya persetujuan akad *wakalah* dan ketentuan-ketentuan lainnya. Lalu setelah didapat semua barang yang dibeli sebagai tambahan usaha, maka anggota menyerahkan nota kontan/kwitansi dari toko sebagai bukti transaksi yang dilakukan anggota.⁷

b. Strategi pembiayaan *murabahah*

Strategi yang disusun pada proses produk pembiayaan *murabahah* yaitu salah satunya dengan cara memberikan pelayanan pembiayaan yang mudah untuk para calon anggota dalam mengajukan permohonan pembiayaan, sebagai salah satu strategi perputaran uang

⁷Sri Utami. Anggota produk pembiayaan *murabahah* wawancara dengan penulis dirungan kantor BMT El Darus Salam Madani 132. Rabu, 13 Maret 2019

itu kembali dan di putarkan kembali oleh BMT. Strategi jangka panjang yang disusun pada proses pembiayaan *murabahah* berkisar untuk pengajuan pembiayaan senilai Rp. 10.000.000,- dan lebih. Namun lebih banyak yang digunakan oleh BMT adalah strategi jangka pendek karena lebih terlihat hasilnya untuk menarik para calon anggota dalam pemasarannya dan lebih mudah diterapkan, dikarenakan sekarang seluruh anggota menginginkan kemudahan dalam bertransaksi.

Pelayanan pada anggota yang diberikan oleh BMT baik, pegawai ramah tamah, tidak membeda-bedakan anggota/nasabah yang datang dalam pelayanannya, pelayanan tidak berbelit-belit, datang langsung disapa dan dilayani tanpa harus menunggu kecuali pada saat antrian anggota lebih dari satu.⁸

c. Segmentasi pasar untuk produk pembiayaan *murabahah*

Segmentasi pasar untuk produk pembiayaan *murabahah* dari 100% presentase yaitu sebagai pembiayaan tambahan modal usaha, kurang lebih berkisar 30-40% mendekati 50% dengan mayoritas sasaran para pedagang, 25-30% perikanan dan 30% jasa. Dalam segi sasaran/golongan nasabah disini, memudahkan BMT untuk memberikan pembiayaan.

d. Perencanaan pemasaran produk pembiayaan *murabahah*

Dalam konsep program perencanaan pemasaran produk pembiayaan *murabahah* yaitu melalui brosur tetapi tidak disebar

⁸ Sri Utami. Anggota produk pembiayaan *murabahah* wawancara dengan penulis dirungan kantor BMT El Darus Salam Madani 132. Rabu, 13 Maret 2019

luaskan secara umum, melainkan diberikan kepada nasabah yang datang langsung ke kantor. Dalam hal pemasaran produk *murabahah* dapat dikatakan penting tidak penting karena memang dibutuhkan agar calon anggota dan anggota mengetahui adanya pembiayaan *murabahah* itu sendiri. dari mulai direncanakan hingga berjalan, tidak seberapa adanya pengendalian. Namun pihak BMT hanya mengawasi dari perkembangan naik dan turunnya jumlah transaksi yang terjadi sebagai wujud pengendalian dan pengawasan pemasaran yang dilakukan.

- e. Unsur-unsur *place*, *price*, dan *promotion*-nya dalam pemasaran produk pembiayaan *murabahah*

Dilihat dari *place*, *price*, dan *promotion*-nya dalam hal pemasaran BMT El Darus Salam Madani 132 sedang dalam proses penggarapan rencana yaitu membangun kantor dengan satu pintu di daerah poros jalan lintas utama yang lebih terlihat oleh masyarakat. Kantor satu pintu ini akan dilengkapi dengan sebuah market yaitu 212 mart. Jadi dengan dibukanya mini market tersebut dalam rencana BMT diharapkan masyarakat akan lebih mengenal BMT El Darus Salam Madani 132. Dari segi *place* kantor BMT saat ini sudah termasuk berada didalam zona tepat, karena berada di samping pusat perbelanjaan masyarakat/pasar tridatu. Dari segi *price* BMT memberikan pembiayaan sesuai kemampuan anggota untuk membayar dilihat dari beberapa unsur pertimbangan dari pihak pemutus BMT. Dalam segi *promotion*-nya BMT tidak adanya promosi melalui media internet

ataupun media sosial lainnya, hanya menggunakan brosur yang diberikan kepada anggota saat datang langsung ke kantor dan dengan cara promosi ini sudah dirasa cukup oleh BMT.

Fungsi utama dari pemasaran dengan sistem ini diadakan adalah dengan pengenalan secara umum untuk menarik para calon anggota, dengan cara tahu dimana kantornya, siapa pengurusnya, seperti apa pandangan masyarakat sekitar perihal kinerja BMT, juga bagaimana pelayanan yang dilakukan BMT kepada anggota.⁹

f. Komponen dalam proses pemasaran produk pembiayaan *murabahah*

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam proses pemasaran produk *murabahah* adalah pemasar, kemampuan pemasar, anggaran proses pemasaran, adanya pembiayaan, juga sistem yang baik dalam proses pemasaran. Cara yang paling efektif dilakukan dalam tujuan meningkatkan jumlah nasabah/anggota dalam transaksi pembiayaan *murabahah* yaitu dengan cara kekeluargaan. Cara kekeluargaan ini diterapkan melalui silaturahmi yaitu berupa kunjungan dengan model *sharring*/bertukar pendapat untuk pemecahan masalah yang dijalin antara pihak pengurus BMT dan anggota.

Dalam pemasaran produk *murabahah* juga diadakannya anggaran proses pemasaran yaitu untuk keperluan cetak brosur. Kebutuhan yang paling penting harus ada bagi para pemasar baik secara internal maupun eksternal yaitu kemampuan yang dimiliki. Dalam hal

⁹Andi Willys, Manajer BMT, Wawancara dengan penulis, di ruang BMT El Darus Salam Madani 132, Lampung Timur, 12 Maret 2019.

kemampuan dikembangkan dalam proses pelatihan bagi anggota seluruh pengurus BMT.

Kebutuhan yang harus ada bagi seorang pemasar baik internal maupun eksternal yaitu kemampuan dari segi SDM, kepiawaian dalam bertutur untuk bekal menghadapi nasabah/anggota, kesabaran, kejujuran, tanggung jawab, berakhlak dan berpenampilan yang sopan.

Sebelum terjun langsung kelapangan, langkah-langkah yang dilakukan BMT adalah survei keberadaan anggota, survei rata-rata pendapatan anggota diwilayah tersebut, apa usaha yang dijalankan, dan seperti apa perkembangan kebutuhan dilingkungan tersebut.

g. Karakteristik kebutuhan anggota/nasabah

Karakteristik kebutuhan anggota dan calon anggota lebih kepada para pedagang atau para pemilik usaha sebagai tambahan modal usaha untuk menambah barang dagangan sebagai kebutuhan dalam penjualannya. Pembagian kebutuhan ini pada karakteristik anggota yaitu perdagangan, pertanian, perikanan dan kelautan, peternakan, industri dan jasa. Pembagian golongan disini memudahkan BMT dalam pemberian pembiayaan. Dalam hal ini konsep pemasaran yang digunakan BMT dalam memasarkan produk pembiayaan *murabahah* yaitu masih bersifat umum menuju syariah namun belum sepenuhnya

sesuai dengan syariat islam tetapi sudah sedikit-demi sedikit menerapkan konsep pemasaran syariah.¹⁰

2. Pengorganisasian Pemasaran

a. Pemasar produk pembiayaan *murabahah*

Dilihat dari segi pemasaran produk pembiayaan *murabahah* BMT El Darus Salam Madani 132 ini tugas memasarkan tidak penuh kepada sang pemasar utama, namun saling bantu membantu untuk semua pengurus dalam memasarkan produknya.

Dalam perekrutan pegawai sebagai pengurus BMT El Darus Salam Madani 132 menggunakan sistem kekeluargaan, yaitu dengan merekrut orang-orang sekitar wilayah kantor BMT, seorang yang dikenal, latar belakang yang jelas, seorang yang mampu, jujur dan bertanggung jawab. Dengan orangtua dari pengurus yang direkrut tersebut ikut serta terikat sebagai penjamin jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan dikemudian hari. Pembagian tugas dari para pengurus yang direkrut tidak memandang dari jurusan dan gelar pendidikannya, yaitu dengan syarat pengurus mau, bisa dan mampu dalam menjalankan tugasnya dengan baik diselingi dengan pelatihan kemampuan yang diberikan dari BMT untuk para pengurus. Pelaksanaan tugasnya sesuai dari pembagian tugas yang dibutuhkan BMT dan saling bekerja sama.

Pengawasan pengurus dalam menjalankan tugasnya baik didalam maupun diluar kantor yaitu dengan diadakannya laporan harian

¹⁰Andi Willys, Manajer BMT, Wawancara dengan penulis, di ruang BMT El Darus Salam Madani 132, Lampung Timur, 12 Maret 2019.

anggota, laporan ini digunakan untuk mengawasi bagaimana kinerja anggota dari hari ke hari.

- b. Pengawas pada penerapan manajemen pemasaran produk pembiayaan *murabahah* didalam kantor dan diluar kantor

Pengawasan pada proses pemasaran produk pembiayaan *murabahah* ini dilakukan oleh seluruh anggota BMT, saling mengingatkan dan bantu-membantu dengan sistem pengawasan kepercayaan juga kekeluargaan, juga pengawasan yang dilakukan dengan melihat laporan harian anggota yang akan dikoreksi oleh manajer BMT di dalam kantor sebagai upaya peninjauan kinerja anggota pengurus BMT dalam menjalankan tugasnya masing-masing. Karena laporan harian berisikan kemana anggota pengurus pergi, pengeluaran biaya yang digunakan, berapa jumlah pencairan dan pendapatan dana perhari dari anggota, apa yang dilakukan anggota, dan lain-lain. Laporan ini juga menjadi salah satu pengawasan yang utama bagi manajer dan pengurus lainnya diatas kedudukan manajer. Tidak adanya pembagian tugas sebagai evaluator yang khusus namun saling mengawasi satu sama lain dari anggota pengurus BMT yang tertera didalam struktur.¹¹

¹¹Andi Willys, Manajer BMT, Wawancara dengan penulis, di ruang BMT El Darus Salam Madani 132, Lampung Timur, 12 Maret 2019.

3. Pelaksanaan Pemasaran

a. Penerapan pasar produk pembiayaan *murabahah*

Pengembangan pasar untuk produk pembiayaan *murabahah* yaitu lebih kepada sistem kekeluargaan. Dikembangkannya dengan cara tetap memperhatikan anggota dalam mempererat hubungan antara BMT dengan anggota. Untuk saat ini produk pembiayaan *murabahah* ini sudah berkembang dengan baik dari satu wilayah anggota/nasabah ke wilayah yang lain. Pelaksanaan pemasaran dilakukan dengan melayani anggota dengan baik dengan merekrut orang-orang sekitar yang dikenal anggota agar anggota merasa nyaman serta terbukti dan bertahan dalam loyalitasnya. Pengurus berasal dari wilayah itu sendiri, bukan dari wilayah lain. Maka dari hal tersebut, dengan tidak disengaja anggota akan ikut serta memasarkan produk pembiayaan *murabahah* ini kepada orang-orang terdekat yang membutuhkan tambahan modal untuk usahanya (dari mulut ke mulut) dan saran dari anggota lain.

Pengurus BMT El Darus Salam Madani 132 ini merupakan orang-orang yang berdomisili didekat kantor dan dikenal anggota/nasabah, pelayanan yang diberikan juga cukup baik. Pembiayaan *murabahah* ini juga sangat membantu pedagang kelontongan seperti saya dalam menambah modal bagi usaha yang sedang dijalankan.¹²

¹² M. Syaiful. Anggota produk pembiayaan *murabahah* wawancara dengan penulis dirungan kantor BMT El Darus Salam Madani 132. Rabu, 13 Maret 2019

Pada aspek teknis, tujuan jual beli untuk memfasilitasi nasabah dalam memenuhi kebutuhannya akan barang konsumtif. Sebagian besar anggota mengajukan pinjaman pembiayaan dengan nilai yang dibutuhkan sebagai tambahan modal usaha dan menyesuaikan dengan kebutuhan untuk modal usaha apa yang dijalankan. Dalam hal pemasaran dan proses kegiatan transaksi pembiayaan yang dilakukan oleh BMT, sudah menuju pola pemasaran syariah dan transaksi syariah, namun belum sepenuhnya.



Dalam pendistribusian tambahan modal untuk usaha produk pembiayaan *murabahah* dengan sistem *wakalah* ini yaitu sesuai kebutuhan dan kesanggupan anggota dalam mengembalikan modal tambahan usaha yang diberikan yang digunakan untuk kebutuhan usahanya. Dilihat dari usaha apa yang dijalankan, berapa modal yang dibutuhkan, dan dari segi kemampuan pengembalian dengan beberapa unsur pertimbangan dari BMT sebelum persetujuan.

Dalam pelaksanaan pemasaran disini adanya biaya hanya untuk biaya transportasi pemasar jika jauh dan pencetakan brosur yang akan diberikan kepada anggota dan calon anggota yang berminat dan datang langsung ke kantor ataupun sudah membuat janji bertemu diluar kantor. Jika pemasar hanya dilingkungan kantor maka tidak diadakannya biaya transportasi.

Perkembangan dari strategi yang diterapkan dalam memasarkan produk pembiayaan *murabahah* di BMT El Darus Salam Madani 132

ini sesuai strategi adanya perkembangan yang cukup baik, namun jumlah transaksi berkurang pada saat adanya isu dari pengaruh BMT yang bangkrut dan uang anggota tidak kembali. Namun sejauh ini perkembangan produk *murabahah* di BMT ini cukup baik. Upaya yang dilakukan BMT dalam membentuk dan mempertahankan kepercayaan masyarakat/anggota yaitu dengan memperbaiki sistem pelayanan anggota baik tabungan, pembiayaan dan juga mempertahankan kepercayaan anggota dengan sebaik-baiknya dari dalam dan luar kantor dengan sistem kekeluargaan/silaturahmi dengan pengurus BMT orang-orang yang mempunyai kekuatan dalam menarik anggota diwilayah tersebut.



Produk pembiayaan *murabahah* ini saat diterapkan hampir menyerupai *mudharabah* dalam pelaksanaannya. Dikarenakan bukan mutlak *murabahah*/jual beli pada umumnya yaitu lembaga menyediakan atau memenuhi kebutuhan barang yang dipesan anggota dengan menyatakan perolehan dan juga harga pokok barang kepada anggota, melainkan suatu pembiayaan jual beli yang memberikan tambahan modal (uang) sesuai pengajuan yang dibutuhkan dan menyesuaikan apa yang akan dibeli anggota/calon anggota dengan sistem *wakalah* (pemindahan hak). Jika *mudharabah* dan *musyarakah* harus jujur dalam pencatatan data khusus untuk pembagian nisbah yang sudah ditentukan, jika ada sedikit kebohongan saja maka batal dan cacatlah akad itu sendiri. *Murabahah* tidak menggunakan data khusus

dan tidak terlalu beresiko batal pada akad itu sendiri. *Murabahah* tidak terlalu menyulitkan BMT maupun anggota tetapi malah memudahkan dalam transaksi. BMT hanya mengambil biaya administrasi dan sedikit keuntungan yang dipaparkan langsung untuk apa saja yang diambil BMT kepada anggota beserta rinciannya sebelum adanya kesepakatan dari kedua belah pihak.

Prosedur transaksi pembiayaan *murabahah* yaitu pemindahan hak terlebih dahulu, dimulai dari tanda tangan akad *wakalah* beserta bukti pembelian dan surat perjanjian antara anggota dengan BMT, bahwa BMT melimpahkan sepenuhnya kepada anggota untuk membeli kebutuhan, lalu tanda tangan saat *wakalah* sesuai penetapan jumlah kewajiban anggota yang akan dilakukan. Respon dari anggota dengan sistem *wakalah* ini sangat disukai anggota karena bisa memilih sendiri apa yang dibutuhkan. Saat nasabah akan mengajukan pembiayaan jika tidak ada usaha dan tidak ada pendapatan utama maka tidak dapat dicairkan pengajuan pembiayaan tersebut.¹³

Biaya administrasi ada pada saat pencairan dana pembiayaan, tetapi itu tidak terlalu berpengaruh bagi para anggota karena dirasa wajar dan anggota tidak merasa keberatan dengan diadakannya biaya administrasi tersebut. Dengan sistem *wakalah* ini kami sebagai anggota merasa cocok karena bisa memilih sendiri barang yang dibutuhkan, model, merk, juga dapat memilih perbandingan harga dari satu toko ke

¹³Andi Willys, Manajer BMT, Wawancara dengan penulis, di ruang BMT El Darus Salam Madani 132, Lampung Timur, 12 Maret 2019.

toko yang lain, juga memperkecil terjadinya ketidakpuasan pembelian dikarenakan barang-barang yang dibutuhkan hasil pilihan anggota sendiri.¹⁴

b. Faktor pendukung dan penghambat proses pemasaran produk pembiayaan *murabahah*

Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pemasaran produk pembiayaan *murabahah* sangat berpengaruh bagi BMT. Faktor pendukung pada proses pemasaran produk *murabahah* disini yaitu orang yang memasarkan, kemampuan pemasar baik SDM dan *skill* yang dimiliki, kejujuran, sopan santun, keikhlasan, dan mempunyai jiwa kekerabatan, kerjasama sesama BMT, adanya pihak ketiga (pemenuhan supply). Faktor penghambat yaitu salah satunya isu keuangan yang mempengaruhi asumsi masyarakat, persaingan sesama BMT, bermacam-macam karakteristik anggota, waktu pengembalian pinjaman pembiayaan (kemacetan) mempengaruhi adanya kepercayaan dalam penambahan modal dari pihak ketiga.

Kendala yang biasa terjadi dan dihadapi dilapangan oleh pemasar yaitu kelalaian angsuran dari anggota, jaminan yang dijaminan dijual oleh anggota, dan kecerobohan anggota seperti mengelak, membantah bahkan hingga menghindari pengurus pada saat kunjungan.¹⁵

¹⁴ M. Syaiful. Anggota produk pembiayaan *murabahah* wawancara dengan penulis dirungan kantor BMT El Darus Salam Madani 132. Rabu, 13 Maret 2019

¹⁵ Andi Willys, Manajer BMT, Wawancara dengan penulis, di ruang BMT El Darus Salam Madani 132, Lampung Timur, 12 Maret 2019.

- c. Lembaga yang bekerja sama dalam pemenuhan kebutuhan supply bagi anggota produk pembiayaan *murabahah*

Lembaga yang bekerja sama dengan BMT dalam pemenuhan kebutuhan supply yaitu dahulu ada BMI (Bank Muamalat Indonesia), BSM (Bank Syariah Mandiri), INKOPSAH, PUSKOPSAH, LPDB, BPRS Mikro Madani. Sekarang hanya BSM dan BPRS Mikro Madani. BMI yang mendirikan dengan 3 tahun diawasi lalu dilepas agar mandiri lembaga-lembaga yang dibentuknya. Badan yang menaungi BMT yaitu INKOPSAH(pusat yang berada di Jakarta) dan PUSKOPSAH (daerah kantor BMT).

- d. Prosedur dan syarat-syarat pengajuan pembiayaan *murabahah* baru

Pengajuan pembiayaan *murabahah* baru bagi anggota yaitu dengan prosedur sebagai berikut; adanya kejelasan identitas (KK, KTP, buku nikah, jika belum menikah maka menggunakan KK orangtua sebagai penjamin), adanya jaminan dan usaha/pendapatan pokok. Dalam standarisasi akad pengajuan dengan di atas memang sudah memenuhi syarat dari kesempurnaan akad di atas (dokumen terlampir).

Proses pada saat pengajuan pembiayaan *murabahah* baru sudah memenuhi syarat kelengkapan dan disetujui untuk dilakukan tindakan lanjutan, lalu pihak BMT akan melakukan survei lokasi anggota, lingkungan anggota, pendapatan anggota, usaha dan pendapatan utama anggota, beban yang ditanggung anggota, kesesuaian jaminan yang anggota ajukan. Saat anggota mengajukan pembiayaan maka harus

adanya jaminan yang dimiliki. Jaminan harus bernilai lebih besar dari jumlah pembiayaan yang anggota ajukan. Setelah survei itu dilakukan maka pihak BMT bersama tim khususnya bermusyawarah sebelum mencairkan pengajuan pembiayaan anggota tersebut dengan berbagai unsur pertimbangan dengan hasil yang didapat dari data lapangan.

Pada saat pencairan dana pembiayaan yang diajukan oleh anggota, maka diadakannya biaya administrasi oleh BMT untuk keperluan cetak mencetak surat, materai dan mengurus ke notaris. Dari biaya tersebut anggota tidak keberatan dan bahkan tidak berpengaruh bagi minat anggota untuk melakukan pengajuan pembiayaan lagi dikemudian hari. Besarnya biaya administrasi berjumlah 2% dari jumlah besaran pengajuan pembiayaan, namun semakin besar jumlah pembiayaan yang diajukan maka akan ada biaya administrasi yang lebih besar dengan pertimbangan resiko yang didapat BMT.

Dalam hutang *murabahah* jaminan bergantung pada jumlah pembiayaan yang diajukan oleh anggota, jaminan tersebut dapat berupa perbotan rumah tangga, akta tanah, surat kepemilikan warung (pasar) dari dinas perdagangan kabupaten (dokumen terlampir). BMT tidak menggunakan BPKB karena terkadang ada kecurangan anggota seperti BPKB diajukan sebagai jaminan namun kendaraan sudah dijual.

Saat penyeteroran kewajiban pembayaran pembiayaan anggota, BMT memberikan kemudahan dalam hal ini yaitu bisa dengan cara jemput bola/diambil dilokasi, datang langsung ke kantor, transfer

melalui rekening BMT yang ada di bank syariah mandiri (BSM) dan bank rakyat indonesia (BRI). Namun untuk tabungan anggota harus datang langsung ke kantor atau dapat diambil dilokasi anggota tidak dapat ditransfer melalui rekening karena adanya keperluan untuk pencetakan jumlah tabungan yang disetorkan pada buku tabungan anggota sebagai bukti penyetoran tunai.

Pembiayaan *murabahah* ini kebanyakan dengan cara kredit/ jangka jatuh tempo, selama minimal jika hitungan harian yaitu 100 hari dan maksimal untuk hitung bulanan yaitu 36 bulan. Ketentuan yang harus ditaati anggota adalah ketaatan pembayaran kewajiban. Sanksi jika salah satu pihak melakukan kesalahan dalam ketentuan yaitu dengan musyawarah terlebih dahulu lalu jika tidak mendapatkan hasil dari musyawarah tersebut maka dijual asset/jaminan yang diberikan dalam kurun waktu yang dimaksimalkan.

e. Pengurangan kewajiban (diskon)

Jika anggota melunasi hutang pembiayaannya sebelum tanggal jatuh tempo yang ditentukan dan disepakati, maka anggota akan mendapatkan pengurangan jumlah kewajiban yang dimiliki. Maka anggota hanya akan membayar kewajibannya hanya sampai pada bulan pelunasan saja, tidak untuk bulan selanjutnya. Pada saat pelunasan tersebut, jaminan yang diajukan tidak langsung diberikan kepada anggota oleh BMT, dikarenakan jaminan/asset tersebut disimpan ditempat yang dirahasiakan keberadaannya. Syarat pengambilan

jaminan tersebut diserahkan jika sudah terjadi pelunasan yang sah dari pembiayaan anggota dengan adanya nomor surat perjanjian sebagai salah satu syarat utama pengambilan jaminan tersebut ditempat penyimpanan asset.

Manajemen yang diterapkan BMT El Darus Salam Madani 132 ini pada proses pelaksanaan pemasaran produk pembiayaan *murabahah* yaitu dengan cara selalu memberikan brosur dan menawarkan brosur kepada anggota yang datang ke kantor, pelayanan anggota dengan baik, pengurus BMT yang terampil, mempunyai kemampuan dan kejujuran serta sopan santun, dengan hal diatas pelaksanaan pemasaran dengan tidak sengaja akan diulang kembali oleh anggota kepada kerabat terdekat dan masyarakat sekitarnya melalui mulut kemulut dan dilanjutkan dengan menjemput bola oleh BMT.

f. Pelaksanaan dari konsep fungsi manajemen

Konsep perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian yang dilakukan BMT El Darus Salam Madani 132 ini dilaksanakan sesuai dengan yang sudah disusun dan sesuai kemampuan BMT serta prosedur yang ada. Penerapan dari konsep perencanaan dan pengorganisasian berjalan dengan baik dalam pelaksanaannya, dan pengendalian yang dilakukan juga sudah dirasa BMT sudah baik dan mampu mengawasi seluruh anggota yang bertugas menjalankan

tugasnya masing-masing namun juga selalu adanya perbaikan untuk mengoptimalkan kinerja dan hasil yang didapat.¹⁶

4. Pengendalian Pemasaran

Setiap lembaga keuangan baik bank ataupun non bank pasti mempunyai sistem dan prosedur pengendalian kinerjanya masing-masing. Di BMT El Darus Salam Madani 132 ini pengendalian dilakukan secara bersama-sama dari semua anggota yang ada di struktur lembaga, mulai dari karyawan yang bekerja, pengurus dan seluruh anggota.

Produk pembiayaan *murabahah* ditinjau dari perkembangan jumlah transaksinya adakalanya mengalami naik turun namun bisa dikatakan tidak terlalu besar dalam jumlahnya. Pengawasan ini dilihat juga melalui pembukuan yang ada dan sangat berpengaruh untuk pemberian tambahan modal bagi BMT dari pihak ketiga. Dalam mengevaluasi perkembangan produk pembiayaan dan kinerja BMT dilakukan dalam kurun waktu satu tahun dan dibahas dalam RAT (Rapat Anggota Tahunan). Tetapi untuk karyawan kantor dilakukan setiap bulan oleh manajer melalui laporan harian, untuk mengantisipasi kesesuaian dari pengembangan data pendapatan, pencairan dan gaji yang didapat karyawan pada setiap bulannya.¹⁷ Pemberian intensif/gaji pada setiap bulan bagi para pengurus sesuai dengan kinerja dan jabatan. Gaji/intensif juga dapat berubah menyesuaikan dengan keadaan BMT, jika keadaan BMT

¹⁶Andi Willys, Manajer BMT, Wawancara dengan penulis, di ruang BMT El Darus Salam Madani 132, Lampung Timur, 12 Maret 2019.

¹⁷Andi Willys, Manajer BMT, Wawancara dengan penulis, di ruang BMT El Darus Salam Madani 132, Lampung Timur, 22 juli 209.

mengkhawatirkan, maka kemungkinan jumlah gaji akan diturunkan dari jumlah normal.

Bagi anggota/nasabah dilakukan pengawasan dalam kurun waktu 3 bulan untuk mengetahui ketentuan dan ketaatan anggota dalam membayar dan bertanggung jawab atas kewajibannya, apakah kurang lancar, lancar, atau macet. Dan dari data ketaatan anggota dalam pembayaran tersebut dapat menjadi penilaian khusus BMT kepada anggota sebagai salah satu pertimbangan pemberian pembiayaan kembali.

Namun selain dari pengawasan yang diadakan dalam RAT dan bulanan, BMT El Darus Salam Madani 132 ini juga melakukan peninjauan pada saat sedang berjalan proses pemasaran dan transaksi pembiayaan untuk melihat kesesuaian rencana dalam pelaksanaannya baik bagi karyawan BMT maupun bagi anggota/nasabah BMT.

Dalam manajemen nya BMT akan selalu melakukan inovasi atau perbaikan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kepercayaan, loyalitas dan jumlah nasabahnya, yaitu dengan cara memelihara lebih baik lagi sistem kekeluargaan yang dibangun antara BMT dan anggota/nasabah agar anggota tetap nyaman dan merasa selalu diperhatikan oleh BMT tidak dibiarkan begitu saja. Maka cara seperti saling menjaga nama baik dan hubungan baik dengan cara kekeluargaan melalui silaturahmi dan kunjungan serta pemecahan masalah dengan model *sharring* dengan meniadakan unsur kekerasan dirasa akan mampu lebih baik untuk

mempertahankan loyalitas anggota dan adanya timbal balik yang dirasa baik antara BMT dan juga anggota/nasabah.

Jika dilihat dan ditinjau melalui analisis SWOT, maka posisi BMT saat ini khususnya pada produk pembiayaan *murabahah* adalah baik. Mulai dari kekuatan (*strengths*) dengan silaturahmi yang masih sangat terjaga, karyawan dengan domisili setempat yang memiliki power serta pengaruhnya bagi lingkungan sekitarnya, kemudahan dan kenyamanan pelayanan bagi anggota, lokasi kantor yang memadai. Kelemahan (*weakness*) yang dirasakan BMT yaitu pada saat isu ekonomi bahwa lembaga keuangan sesama BMT bangkrut dan uang anggota yang tidak kembali serta sangat berpengaruh bagi asumsi anggota sehingganya berdampak kekurangan jumlah transaksi dan anggota yang memilih mundur. Jika dilihat dari peluang (*opportunities*) masyarakat pasti akan selalu ada kebutuhan yang ingin dicukupi baik dari tabungan anggota, tambahan modal usaha, dan kebutuhan lain yang menjadi peluang BMT untuk terus berjalan memasarkan dan mendistribusikan produk pembiayaannya. Dilihat dari ancaman (*threats*) yaitu asumsi anggota yang lebih memilih bertransaksi melalui bank karena menganggap bank lebih bisa memberikan pembiayaan lebih banyak dan tidak mungkin mengalami kebangkrutan, dan pengaruh dari pihak-pihak lain yang sama-sama mencari pangsa pasar untuk mendapat kedudukan dalam masyarakat.¹⁸

¹⁸Andi Willys, Manajer BMT, Wawancara dengan penulis, di ruang BMT El Darus Salam Madani 132, Lampung Timur, 12 Maret 2019.

BAB IV

MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN *MURABAHAH*

A. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah proses yang dilakukan oleh individu maupun perusahaan dengan tujuan meningkatkan efisiensi dan efektivitas. Manajemen pemasaran adalah suatu proses yang dilakukan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian/pengawasan kegiatan usaha dan pendistribusian barang atau jasa pada sebuah perusahaan agar dapat tercapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya oleh individu atau perusahaan.

Dalam memasarkan produk pembiayaan *murabahah*-nya, BMT El Darus Salam Madani 132 memiliki sebuah manajemen yang mereka terapkan dalam proses kegiatan pembiayaan *murabahah*, yaitu mulai dari merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan, dan mengendalikan/mengawasi berjalannya rencana yang sudah ditetapkan sebelumnya. Segala susunan inovasi dan strategi pemasaran yang direncanakan dan dilaksanakan pada produk pembiayaan *murabahah* ini sebagai salah satu pemenuhan kebutuhan masyarakat/anggota akan tambahan modal usaha, BMT El Darus Salam Madani 132 ini juga mempunyai satu upaya dalam pemberian modal dengan meminimalisir secara perlahan dari ikatan rentenir pemberi dan peminjam modal usaha berbunga (ribawi) kepada masyarakat. Anggota/nasabah merasa tidak dirugikan dengan

pembagian nisbah yang disepakati, lalu kemudahan pelayanan yang didapatkan anggota saat transaksi pembiayaan sebagai tambahan modal usaha yang sedang dijalannya, serta menjadikan tali silaturahmi yang dijalin dengan sistem kekeluargaan antara anggota pengurus BMT El Darus Salam madani 132 dengan anggota/nasabah. Dari kemudahan dan kenyamanan yang didapatkan oleh anggota/nasabah, maka itu yang menjadi salah satu alasan anggota tertarik dan memiliki loyalitas dalam bertransaksi pembiayaan *murabahah*.



Manajemen Pemasaran menurut Phillip Kotler dan Amstrong ialah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasikan, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Menurut Ben M. Enis secara ringkas ia menyatakan bahwa manajemen pemasaran ialah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu ataupun oleh perusahaan. Logika dari definisi ini, ialah apabila seseorang atau perusahaan ingin memperbaiki pemasarannya, maka ia harus melakukan kegiatan pemasaran itu sebaik mungkin.

Manajemen di BMT El Darus Salam Madani 132 dapat ditinjau dari segi manajemen dan organisasi bisnis, maka lembaga ini telah membuat berbagai system dan tata kelola internal yang umum berlaku di lembaga keuangan, dan telah terdapat pembagian fungsi-fungsi seperti; administrasi, accounting officer

funding, accounting officer pembiayaan, kasir/teller, dan operasional. Untuk meningkatkan efisiensi kerja dan memperbaiki tingkat kecepatan pelayanan maka dalam operasionalnya lembaga ini telah menerapkan prosedur administrasi berbasis komputer, dan telah terinstalasi dengan baik suatu *system software* pendukung yang produknya diperoleh dari PT Barati Semarang. Dengan sistem yang ada tertera diatas, maka BMT El Darus Salam Madani 132 sudah cukup dan mampu dalam melayani dan memberikan pembiayaan kepada masyarakat sebagai suatu lembaga keuangan syariah.

Manajemen pemasaran yang dilakukan oleh BMT disini dalam segi *promotion*-nya BMT tidak adanya promosi melalui media internet ataupun media sosial lainnya, hanya menggunakan brosur yang diberikan kepada anggota pada saat datang langsung ke kantor dan dengan cara promosi ini sudah dinilai cukup baik oleh BMT. Fungsi utama dari pemasaran dengan sistem ini diadakan yaitu dengan pengenalan secara umum untuk menarik para calon anggota secara luwes, dengan cara tahu dimana kantornya, siapa pengurusnya, seperti apa pandangan masyarakat sekitar perihal kinerja pengurus BMT, juga bagaimana pelayanan yang dilakukan BMT kepada anggota.

Dalam merencanakan program pemasaran produk pembiayaan *murabahah* yaitu melalui brosur tetapi tidak disebar luaskan secara umum, melainkan diberikan kepada nasabah yang datang langsung ke kantor. Dalam hal pemasaran produk *murabahah*, aspek promosi dapat dikatakan penting tidak

penting bagi BMT karena memang kebanyakan dari jumlah transaksi menggunakan akad *murabahah*, dibutuhkan agar calon anggota dan anggota mengetahui adanya pembiayaan *murabahah* itu sendiri. Mulai dari direncanakan hingga berjalan, tidak seberapa adanya pengendalian. Namun pihak BMT hanya mengawasi dari perkembangan naik dan turunnya jumlah transaksi yang terjadi sebagai wujud pengendalian dan pengawasan pemasaran yang dilakukan.

Namun, menurut peneliti cara yang dilakukan BMT dengan memberikan brosur hanya kepada anggota yang datang langsung ke kantor saja itu kurang efektif, karena masih bersifat tradisional di era komputerisasi dengan teknologi yang semakin berkembang pesat, kurang memudahkan masyarakat dalam mengetahui produk apa saja yang ada di BMT jika hanya melalui brosur tanpa media lain. Konsep pemasaran jika dilakukan dengan sistem pemasaran modern, kemungkinan akan lebih memudahkan anggota mengenal dan mengetahui produk-produk apa saja yang ada di BMT El Darus Salam Madani 132, tanpa harus datang ke kantor hanya untuk mengambil brosur.

Perencanaan BMT dalam memasarkan produk pembiayaan *murabahah* mulai dari konsep perekrutan pengurus dari orang-orang kompeten dan berada didekat lokasi BMT, konsep perencanaan pelayanan anggota dengan sistem komputerisasi, konsep perencanaan pengawasan dengan laporan harian; konsep perencanaan pemberian intensif sesuai tugas dan melihat kinerja anggota pengurus serta analisis kebutuhan anggota dilingkungan BMT, menurut peneliti konsep ini memadai untuk diterapkan BMT yang berada di lingkup wilayah desa.

Pengorganisasian pelayanan dengan adanya pembagian fungsi-fungsi seperti; administrasi, accounting officer funding, accounting officer pembiayaan, kasir/teller, dan operasional pelayanan, maka dalam operasionalnya lembaga ini telah menerapkan prosedur administrasi berbasis komputer, serta telah terinstalasi dengan suatu *system software* pendukung dalam pelaksanaan prosedur pelayanan anggota/nasabah.

Kebutuhan yang harus ada bagi seorang pemasar baik internal maupun eksternal yaitu kemampuan dari segi SDM, kepiawaian dalam bertutur untuk bekal menghadapi nasabah/anggota, kesabaran, kejujuran, tanggung jawab, berakhlak dan berpenampilan yang sopan. Hal-hal yang perlu diperhatikan juga dalam proses pemasaran produk *murabahah* adalah pemasar, kemampuan pemasar, anggaran proses pemasaran, adanya pembiayaan, juga sistem yang baik dalam proses pemasaran. Cara yang paling efektif dilakukan oleh BMT dalam tujuan meningkatkan jumlah nasabah/anggota dalam transaksi pembiayaan *murabahah* yaitu dengan cara kekeluargaan. Cara kekeluargaan ini diterapkan melalui silaturahmi yaitu berupa kunjungan dengan model *sharring*/bertukar pendapat untuk pemecahan masalah yang dijalin antara pihak pengurus BMT dan anggota. Cara yang dilakukan ini termasuk salah satu keunggulan dari berjalannya manajemen pemasaran yang sudah disusun oleh BMT dan berjalan dengan baik.

Menurut J. Shultz memberikan definisi manajemen pemasaran ialah merencanakan, pengarahan dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran

perusahaan ataupun bagian dari perusahaan. BMT pada saat perencanaan awal berdiri dan sebelum berjalan, maka produk pembiayaan *murabahah* sudah ada dalam perencanaan produk pembiayaan. Pengrekrutan pengurus, pembagian pengurus dalam menjalankan tugas-tugasnya juga dilakukan. Kegiatan yang dilakukan oleh pengurus diarahkan langsung oleh manajer. Pengawasan pengurus dilakukan juga oleh manajer dengan media berbentuk laporan harian dalam setiap bulannya untuk mengetahui semua kegiatan yang dilakukan oleh pengurus, mulai dari kemana, dengan siapa, apa yang dilakukan, jumlah pemasukan, jumlah pengeluaran pengurus untuk anggota dan lainnya. Pengawasan seluruh kegiatan pemasaran produk pembiayaan *murabahah* ini juga sudah diadakannya pengendalian serta inovasi yang bertujuan untuk memberikan pelayanan dan kemudahan bagi anggota/nasabah dalam bertransaksi *murabahah*.

Dalam pengrekrutan pegawai sebagai pengurus BMT El Darus Salam Madani 132 menggunakan sistem kekeluargaan, yaitu dengan merekrut orang-orang sekitar wilayah kantor BMT, seorang yang dikenal, latar belakang yang jelas, seorang yang mampu, jujur dan bertanggung jawab. Dalam menjaga loyalitas pengurus kepada BMT dalam tanda tangan kontrak kerja melibatkan orangtua dari pengurus. Orangtua dari pengurus yang direkrut tersebut ikut serta terikat sebagai penjamin jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan dikemudian hari. Sistem pengrekrutan pengurus seperti yang dilakukan BMT merupakan sistem yang berlaku tegas namun tetap memperhatikan hubungan baik antara pengurus dengan BMT.

Pembagian tugas dari para pengurus yang direkrut tidak memandang dari jurusan dan gelar pendidikannya, yaitu dengan syarat pengurus mau, bisa, dan mampu dalam menjalankan tugasnya dengan baik diselingi dengan pelatihan kemampuan yang diberikan dari BMT untuk para pengurus. Pelaksanaan tugasnya sesuai dari pembagian tugas yang dibutuhkan BMT dan saling bekerja sama jika ada salah satu membutuhkan bantuan.

Anggota/nasabah pembiayaan murabahah di BMT El Darus Salam Madani 132 banyak yang melakukan pengajuan kembali pembiayaan yang sebelumnya sudah selesai. Hal ini dapat dilihat dari kepuasan dalam hal ketertarikan kembalinya anggota untuk kembali mempercayakan pembiayaan dalam segi penambahan barang sebagai modal usaha kepada BMT dan menunjukkan loyalitasnya terhadap produk pembiayaan *murabahah*. Dalam segi pemasaran produk untuk pengenalan menggunakan brosur dirasa efektif, pelayanan yang baik, juga kemampuan pengurus memadai, namun dengan loyalitas dan sistem kekeluargaan yang selalu terjaga lebih memberikan peluang anggota tersebut menawarkan pembiayaan ini kepada kerabat dan orang lain disekitarnya. Dari penawaran yang dilakukan dari mulut-kemulut tersebut oleh anggota, disitu juga ada perkembangan yang tak sedikit, justru malah lebih banyak dari anggota ke anggota daripada melalui brosur.

Dilihat dari segi pemasaran produk pembiayaan *murabahah* BMT El Darus Salam Madani 132 ini tugas memasarkan tidak penuh kepada sang pemasar utama, namun saling bantu membantu untuk semua pengurus dalam

memasarkan produknya. Selain itu, pengawasan yang dilakukan pada penerapan proses pemasaran produk pembiayaan *murabahah* ini dilakukan oleh seluruh anggota BMT yang tertera dalam struktur kepengurusan, saling mengingatkan dan bantu-membantu dengan sistem pengawasan kepercayaan dalam bentuk hubungan baik kekeluargaan, juga pengawasan yang dilakukan dengan melihat laporan harian anggota oleh manajer BMT di dalam kantor sebagai upaya peninjauan kinerja anggota pengurus BMT dalam menjalankan tugasnya masing-masing.

B. Produk Pembiayaan *Murabahah*

Murabahah adalah transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Hal yang membedakan *murabahah* dengan penjualan yang biasa kita kenal adalah penjual secara jelas memberitahu kepada pembeli berapa harga pokok barang tersebut dan berapa besar keuntungan yang diinginkannya. Pembeli dan penjual dapat melakukan tawar-menawar atas besaran margin keuntungan sehingga akhirnya diperoleh kesepakatan.

Namun, jual beli (*murabahah*) di BMT El Darus Salam Madani 132 bukan merupakan jual beli seperti penjelasan diatas, tetapi merupakan pembiayaan jual beli atau pembiayaan yang diberikan oleh BMT kepada anggota yang mengajukan sebagai tambahan modal untuk mengembangkan dan menambah barang kelengkapan usaha yang sedang dijalankan oleh anggota. Disini BMT

selaku Lembaga Keuangan Syariah (LKS) memberikan dana sesuai jumlah yang diajukan anggota, dalam posisi ini BMT menerapkan sistem *wakalah* atau perwakilan kepada anggota untuk membeli sendiri barang yang dibutuhkan untuk tambahan usahanya, bukan BMT yang membelikan barang tersebut untuk anggota.

Dalam pendistribusian tambahan modal untuk usaha produk pembiayaan *murabahah* dengan sistem *wakalah* ini yaitu sesuai kebutuhan dan kesanggupan anggota dalam mengembalikan modal tambahan usaha yang diberikan yang digunakan untuk kebutuhan usahanya. Dengan sistem *wakalah*, BMT memberikan uang pembiayaan dan anggota/nasabah menerima uang pembiayaan untuk melakukan pembelian sesuai dengan akad. Segala sesuatu yang berkenaan dengan pengadaan barang tambahan modal dipercayakan kepada anggota/nasabah, karena dengan mengandalkan akad berarti sudah mengikat antara kedua belah pihak secara hukum tertulis, tidak dapat dilakukan pemutusan perjanjian secara sepihak dengan alasan apapun kecuali yang tertera didalam surat perjanjian sebelumnya, baik dari pihak BMT maupun pihak anggota/nasabah pembiayaan *murabahah*.

Namun dalam praktik pembiayaan *murabahah* yang seperti ini, peneliti melihat bahwa sistem jual beli yang dilakukan BMT sama halnya dengan *mudharabah* bukan *murabahah*. Dikarenakan tidak memenuhi standarisasi akad *murabahah*/jual beli pada umumnya, seperti adanya penjual, pembeli, barang

yang dijual, dan alat tukar. BMT menyediakan atau memenuhi kebutuhan barang yang dipesan anggota dengan menyatakan perolehan dan juga harga pokok barang kepada anggota, melainkan suatu pembiayaan jual beli yang memberikan tambahan modal (uang) untuk usaha, dana tersebut sesuai pengajuan yang dibutuhkan dan menyesuaikan apa yang akan dibeli anggota/calon anggota dengan sistem *wakalah* (pemindahan hak). Dalam *mudharabah* jika ada sedikit kebohongan saja maka batal dan cacatlah akad itu sendiri. *Murabahah* tidak menggunakan data khusus dan tidak terlalu beresiko batal pada akadnya. Menurut BMT *Murabahah* tidak terlalu menyulitkan BMT maupun anggota tetapi malah memudahkan dalam transaksi. Walau asumsi masyarakat berbeda namun BMT tetap memberikan pelayanan yang terbaiknya demi kemudahan transaksi bagi anggota.

Namun, dalam penelitian ini penerapan transaksi pembiayaan *murabahah* di BMT El Darus Salam Madani 132, lebih kepada penerapan akad *mudharabah* yaitu dimana ada dua pihak yang berakad berserikat dalam keuntungan (laba) karena adanya harta (uang) yang diserahkan kepada pihak lain dan pihak lain tersebut yang mempunyai jasa mengelola harta tersebut. Akad keuangan ini lebih banyak dikelola untuk tambahan modal usaha perdagangan. Mengapa demikian berubah menjadi seperti *mudharabah*, karena harta yang diserahkan berupa uang tunai (tambahan modal usaha) bukan berupa barang pesanan anggota/nasabah (*murabahah*), anggota membeli sendiri barang yang akan diperdagangkan tersebut, bukan pihak BMT yang memenuhi kebutuhan akan barang pesanan

anggota (penerapan sistem *wakalah*). Akad *mudharabah* dilakukan oleh pemilik dana tambahan modal usaha (BMT) dengan pengelola usaha (anggota/nasabah BMT).

Oleh karena itu, dalam penerapan akad *wakalah* disetiap transaksi pembiayaan *murabahah* yang dilakukan oleh BMT, adanya kejelasan proses, mulai dari akad, penyerahan dana dari BMT ke anggota/nasabah, pembelian barang oleh anggota/nasabah, penyerahan/pemberitahuan barang yang dibeli atau bukti sah pembelian barang dari anggota ke BMT, konfirmasi pembelian tersebut oleh anggota/nasabah kepada BMT, yang diharapkan mampu memberikan kemudahan dan keselarasan akad itu sendiri tanpa mencacati akad tersebut.

Lembaga yang bekerja sama dengan BMT El Darus Salam Madani 132 dalam pemenuhan kebutuhan supplay dana dahulu ada BMI (Bank Muamalat Indonesia), BSM (Bank Syariah Mandiri), INKOPSAH, PUSKOPSAH, LPDB, BPRS Mikro Madani. Sekarang hanya BSM dan BPRS Mikro Madani. BMI yang mendirikan dengan 3 tahun diawasi lalu dilepas agar mandiri lembaga-lembaga yang dibentuknya. Badan yang menaungi BMT yaitu INKOPSAH(pusat yang berada dijakarta) dan PUSKOPSAH (daerah kantor BMT). Dari pihak penyuplai dana tersebut, jika pendapatan BMT menurun dalam jumlah transaksi maka pemenuhan dana dari pihak ketiga diatas juga ikut berpengaruh.

Pengajuan pembiayaan *murabahah* baru bagi anggota yaitu dengan prosedur sebagai berikut; adanya kejelasan identitas (KK, KTP, buku nikah,jika belum menikah maka menggunakan KK orangtua sebagai penjamin), adanya

jaminan dan usaha/pendapatan pokok anggota. Dalam standarisasi akad pengajuan dengan diatas memang sudah memenuhi syarat dari kesempurnaan akad diatas. Proses pada saat pengajuan pembiayaan *murabahah* baru sudah memenuhi syarat kelengkapan dan disetujui untuk dilakukan tindakan lanjutan, lalu pihak BMT akan melakukan survei lokasi anggota, lingkungan anggota, pedapatan anggota, usaha dan pendapatan utama anggota, beban yang ditanggung anggota, kesesuai jaminan yang anggota ajukan. Saat anggota mengajukan pembiayaan maka harus adanya jaminan yang dimiliki. Jaminan harus bernilai lebih besar dari jumlah pembiayaan yang anggota ajukan. Setelah survei itu dilakukan maka pihak BMT bersama tim khususnya bermusyawarah sebelum mencarikan pengajuan pembiayaan anggota tersebut dengan berbagai unsur pertimbangan dengan hasil yang didapat dari data lapangan.

Pada saat pencairan dana pembiayaan yang diajukan oleh anggota, maka diadakannya biaya administrasi oleh BMT untuk keperluan cetak mencetak surat perjanjian yang akan ditandatangani oleh kedua belah pihak, materai dan mengurus ke notaris. Dari biaya tersebut anggota tidak keberatan dan bahkan tidak berpengaruh bagi minat anggota untuk melakukan pengajuan pembiayaan lagi dikemudian hari. Besarnya biaya administrasi berjumlah 2% dari jumlah besaran pengajuan pembiayaan, namun semakin besar jumlah pembiayaan yang diajukan maka akan ada biaya administrasi yang lebih besar dengan pertimbangan resiko yang didapat BMT dari besaran biaya yang diajukan oleh anggota.

Dalam hutang *murabahah* jaminan bergantung pada jumlah pembiayaan yang diajukan oleh anggota, jaminan tersebut dapat berupa perabotan rumah tangga yang bernilai rupiah (kulkas, mesin cuci, TV, sound system, dll), akta tanah, surat kepemilikan warung (pasar) dari dinas perdagangan kabupaten. Untuk jaminan, BMT tidak menggunakan BPKB karena terkadang ada kecurangan anggota seperti BPKB diajukan sebagai jaminan namun kendaraan sudah dijual setelah pencairan dana. Saat penyeteroran kewajiban pembayaran pembiayaan anggota, BMT memberikan kemudahan dalam hal ini yaitu bisa dengan cara jemput bola/diambil dilokasi anggota, datang langsung ke kantor, transfer melalui rekening BMT yang ada di bank syariah mandiri (BSM) dan bank rakyat indonesia (BRI).

Pembiayaan *murabahah* ini kebanyakan dengan cara kredit/ jangka jatuh tempo, selama minimal jika hitungan harian yaitu 100 hari dan maksimal untuk hitung bulanan yaitu 36 bulan. Ketentuan yang harus ditaati anggota adalah ketaatan pembayaran kewajiban. Sanksi jika salah satu pihak melakukan kesalahan dalam ketentuan yaitu dengan musyawarah terlebih dahulu lalu jika tidak mendapatkan hasil dari musyawarah tersebut maka dijual asset/jaminan yang diberikan dalam kurun waktu yang dimaksimalkan namun juga sudah melalui kesepakatan dari kedua belah pihak baik BMT maupun anggota.

Jika anggota melunasi hutang pembiayaanya sebelum tanggal jatuh tempo yang ditentukan dan disepakati, maka anggota akan mendapatkan pengurangan jumlah kewajiban yang dimiliki (diskon). Maka anggota hanya akan membayar

kewajibannya hanya sampai pada bulan pelunasan saja, tidak untuk bulan selanjutnya. Pengurangan jumlah kewajiban ini sangat berpengaruh bagi keputusan anggota untuk selanjutnya kembali mengajukan pembiayaan. Pada saat pelunasan tersebut, jaminan yang diajukan tidak langsung diberikan kepada anggota oleh BMT, dikarenakan jaminan/asset tersebut disimpan ditempat yang dirahasiakan keberadaannya oleh BMT, tidak disebarluaskan keberadaannya untukantisipasi sesuatu yang tidak diinginkan.

Produk pembiayaan *murabahah* ditinjau dari perkembangan jumlah transaksinya adakalanya mengalami naik turun namun bisa dikatakan tidak terlalu besar dalam jumlahnya. Pengawasan ini dilihat juga melalui pembukuan yang ada dan sangat berpengaruh untuk pemberian tambahan modal bagi BMT dari pihak ketiga. Dalam mengevaluasi perkembangan produk pembiayaan dan kinerja BMT dilakukan dalam kurun waktu satu tahun dan dibahas dalam RAT (Rapat Anggota Tahunan). Tetapi untuk karyawan kantor dilakukan setiap bulan oleh manajer melalui laporan harian, untuk mengantisipasi kesesuaian dari pengembangan data pendapatan, pencairan dan gaji yang didapat karyawan pada setiap bulannya. Bagi anggota/nasabah dilakukan pengawasan dalam kurun waktu 3 bulan untuk mengetahui ketentuan dan ketaatan anggota dalam membayar dan bertanggung jawab atas kewajibannya, apakah kurang lancar, lancar, atau macet. Dan dari data ketaatan anggota dalam pembayaran tersebut dapat menjadi penilaian khusus BMT kepada anggota sebagai salah satu pertimbangan pemberian pembiayaan kembali.

Namun selain dari pengawasan yang diadakan dalam RAT dan bulanan, BMT El Darus Salam Madani 132 ini juga melakukan peninjauan pada saat sedang berjalan proses pemasaran dan transaksi pembiayaan untuk melihat kesesuaian rencana dalam pelaksanaannya baik bagi karyawan BMT maupun bagi anggota/nasabah BMT. Pengawasan dilakukan untuk melihat kinerja selanjutnya dari pengurus dalam menjalankan tugasnya masing-masing, apakah mampu atau sudah tidak mampu.

Bagi peneliti, pengawasan yang dilakukan manajer BMT kepada para pengurus sudah cukup baik dengan model pengawasan concurrent control yang dimana pengawasan itu bertujuan untuk perubahan, diterapkan untuk seluruh anggota termasuk manajer dengan membuat laporan harian kerja anggota; yang berisikan apa, kemana, dimana, dengan siapa, berapa pendapatan juga pengeluaran yang didapat dan dilakukan anggota pengurus saat berada didalam dan diluar kantor sebagai penentu intensif yang didapatkan. Pemberian intensif/gaji pada setiap bulan bagi para pengurus sesuai dengan kinerja dan jabatan. Gaji/intensif juga dapat berubah menyesuaikan dengan keadaan BMT, jika keadaan BMT mengkhawatirkan, maka kemungkinan jumlah gaji akan diturunkan dari jumlah normal.

C. Manajemen Pemasaran Produk *Murabahah* dalam Prespektif Manajemen Dakwah

dalam perspektif manajemen dakwah, BMT El Darus Salam Madani 132 sebagai lembaga keuangan syariah yang berperan sebagai media dakwah, BMT

sudah difungsikan sebagai lembaga dakwah dalam transaksi dan manajemen pemasaran yang dilakukan. Konsep manajemen yang dilakukan BMT mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan yang dilakukan dengan sedemikian rupa. Dalam konsep pelaksanaan baik transaksi maupun pemasaran yang diterapkan oleh BMT sudah menuju pola syariah, namun belum sepenuhnya diterapkan dengan pola syariah. Dalam pelayanan, transaksi dan pemasaran produknya BMT El Darus Salam Madani juga menggunakan etika islam seperti menerapkan konsep kejujuran, keadilan, kepedulian, kerjasama, silaturahmi, tolong-menolong serta amanah dan profesional.



Dengan demikian dalam proses penerapan kegiatannya, peran BMT di masyarakat terkait dalam unsur-unsur dakwah yaitu sebagai media/sarana dakwah; anggota pengurus BMT yang berperan sebagai da'i untuk menyampaikan maudu' (materi dakwah) yang berupa prosedur dan proses transaksi produk pembiayaan *murabahah* pada mad'u (anggota/nasabah), penyampaian materi dakwah ini dilakukan dengan metode lisan dan tulisan (*bi ahsan al qawl/bi al-kitabah*) berbentuk brosur, dengan tujuan dakwah BMT disini yaitu agar masyarakat bergabung dan melakukan transaksi dengan BMT melalui pembiayaan yang tersedia dan adanya timbal balik (*feed back*) yang diharapkan berupa loyalitas anggota/nasabah kepada BMT.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang berhasil penulis himpun dan pembahasan terhadap data-data tersebut, maka penulis menyimpulkan bahwa secara umum manajemen pemasaran produk pembiayaan *murabahah* BMT El Darus Salam Madani 132 sudah cukup baik, Indikasinya yaitu pada aspek-aspek:

-Pada aspek perencanaan; konsep perencanaan pengurus dari orang-orang kompeten dan berada didekat lokasi BMT, konsep perencanaan pelayanan anggota dengan sistem komputerisasi, konsep perencanaan pengawasan dengan laporan harian; konsep perencanaan pemberian intensif sesuai tugas dan melihat kinerja anggota pengurus.

-Pada aspek pengorganisasian; dalam memilih, menempatkan, memberikan tugas pengurus sesuai kebutuhan, tidak memandang kualifikasi pendidikan pengurus, lebih kepada kemampuan anggota dan pengorganisasian disesuaikan dengan konsep yang telah disusun dalam perencanaan.

-Pada aspek pelaksanaan; dilakukan yaitu dengan cara memberikan brosur bagi anggota yang datang langsung kekantor, memberikan kemudahan transaksi demi kenyamanan anggota; menempatkan pengurus sebagai seorang *da'i* dalam penyampaian materi dakwahnya (pembiayaan *murabahah*), juga memposisikan BMT sebagai media/sarana dakwah dalam proses kegiatan transaksi pembiayaan

murabahah, menjaga nama baik dengan sistem kekeluargaan yang diwujudkan melalui silaturahmi oleh pengurus dan anggota.

-Pada aspek pengawasan; dilakukan dengan menggunakan metode concurrent control. Metode concurrent control diterapkan untuk seluruh anggota dengan membuat laporan harian kerja anggota; yang berisikan apa, kemana, dimana, dengan siapa, berapa pendapatan juga pengeluaran yang didapat dan dilakukan anggota pengurus saat berada didalam dan diluar kantor sebagai penentu intensif yang didapatkan.

B. Saran

BMT El Darus Salam Madani 132 mempunyai manajemen yang dirancang dan diterapkan untuk mencapai tujuan organisasinya dengan cukup baik. Namun, harus adanya pembaharuan yang dilakukan. Peneliti memiliki beberapa saran yang kemungkinan bisa menjadi sebagian pertimbangan bagi lembaga keuangan Syariah (LKS), diantaranya:

1. Demi memaksimalkan pelayanan pembiayaan *murabahah*, hendaknya BMT bisa menambahkan sebuah website resmi yang bersifat umum untuk masyarakat yang ingin mengetahui rekam jejak BMT. Mulai dari sejarah berdiri hingga perkembangan BMT dengan tetap bisa menjaga nama baik anggota yang bersangkutan, juga memudahkan masyarakat yang ingin mengetahui dan mencari informasi tentang lembaga keuangan disekitar lingkungan domisilinya yang dapat dipercaya. Website dapat menjadi salah satu situs dengan model pemasaran modern (*online*), salah satu yang

- menjadikan ketertarikan masyarakat untuk bergabung dengan BMT di era komputerisasi saat ini dengan banyaknya BMT baru bermunculan.
2. Hendaknya bagi pemasaran atau *marketing* harus adanya tim khusus untuk bekerja dilapangan yang bertugas memasarkan produk pembiayaan yang ada di BMT, tim *marketing* yang dibekali dengan pelatihan dan kemampuan yang mumpuni. Sehingga masyarakat dapat mengetahui produk apa saja yang ada tanpa harus bertanya kepada satu persatu pengurus yang bertugas atau datang langsung ke kantor untuk mengambil brosur.
 3. Bagi manajer kantor hendaknya juga lebih meningkatkan pengawasan dan pemberian arahan bagi para bawahannya dalam bentuk motivasi kerja, diadakan *reward* dan *punishment* lain diluar gaji tetap sebagai bentuk pertegas, karena pekerjaan ini berhubungan dengan keberhasilan pemasaran produk di BMT itu sendiri. Sehingga pengurus merasa lebih diawasi dalam proses pelaksanaan tugas dan sistem layanan anggota di BMT El Darus Salam Madani 132 tetap berjalan dengan baik.
 4. Pada ruangan kantor hendaknya ditambah gambar atau ilustrasi prosedur-prosedur transaksi dari produk yang ada, gambar-gambar yang menjelaskan keuangan dalam Al-Qur'an, agar pada saat anggota datang ke kantor tidak hanya datang dan pergi, namun ada kesan yang tersimpan bahwa ruangan BMT memberikan pengarahan bagi anggota tanpa harus banyak bertanya kepada pengurus. Cara ini termasuk salah satu metode pemasaran yang berada didalam ruangan kantor bersamaan dengan brosur.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Yani, *Panduan Memakmurkan Masjid*, Jakarta: Al Qalam, 2009.
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syari'ah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Asep Syaiful Muhtadi, Agus Ahmad Safei, *Metode Penelitian Dakwah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2003.
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta CV, 2016.
- Cand Suhardi, *Pengantar Manajemen*, Yogyakarta: PENERBIT GAVA MEDIA, cetakan 1, 2018.
- Cholid Narbuko, Abu Achadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015.
- Dokumentasi Data Sejarah Berdirinya BMT El Darus Salam Madani 132, Desa Rajabasa Lama, Kecamatan Labuhan Ratu, Kabupaten Lampung Timur
- Enjang, Aliyudin. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, Bandung: Percetakan Widya Padjadjaran, 2009.
- Hendar, *Pokok-Pokok Pikiran Mengenai Manajemen Dan Kewirausahaan Koperasi*, Semarang: Penerbit Erlangga, 2010.
- Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen* Jakarta: Erlangga, 2009.
- Jhon M.E, Chols dan Hasan Shodily, *Kamus Inggris Indonesia*, cetakan. Xxiii, Jakarta: Gramedia, 1996.
- Khusniati Rofiah, *Dakwah Jamaah Tabligh dan Eksistensinya di Mata Masyarakat*. Ponorogo: STAIN Ponorogo Pers, Cetakan Pertama, 2010.
- Kholidi S, *Metodologi Penelitian*, Bandar Lampung: Fakultas Dakwah, 2015.
- Lexy J. Moloeong. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001.
- Moh Pabundu Tika. *Metodelogi Riset Bisnis*, Jakarta: Bumi aksara, 2006.
- Muhamad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syari'ah, ed. Kedua, Cet. pertama*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016.

Muhammad Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah, Edisi Pertama, Cetakan Kedua*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.

Muhammad Rifa'i, Muhammad Fadli. *Manajemen Organisasi*, Bandung: Citapustaka Media Perintis, cetakan pertama, 2013.

Narasumber Andy Willys Probo Handoyo, Manajer BMT El Darus Salam Madani 132, Desa Rajabasa Lama, Kecamatan Labuhan Ratu, Kabupaten Lampung Timur

Narasumber M. Syaiful, Anggota Produk Pembiayaan *Murabahah* BMT El Darus Salam Madani 132, Desa Rajabasa Lama, Kecamatan Labuhan Ratu, Kabupaten Lampung Timur

Narasumber Sri Utami, Anggota Produk Pembiayaan *Murabahah* BMT El Darus Salam Madani 132, Desa Rajabasa Lama, Kecamatan Labuhan Ratu, Kabupaten Lampung Timur

Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Cv. Yrama Widya, 2011.

Nurul Huda, Purnama Putra, dkk. *Baitul Mal Wat Tamwil*. Jakarta: AMZAH, 2016.

Rianto Al Arif M. Nur, *Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2012.

Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.

Sri Nurhayati, *Akuntansi Syariah di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.

Suryana, *Metodologi Penelitian, Model Praktis Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2010.

Tianto, *Pengantar Penelitian Pendidikan dan Pengembangan Profesi Pendidikan dan Tenaga pendidikan*, Jakarta: Kencana, 2010.