

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat BMT Bina Ummat

Awal mula berdirinya BMT Bina Ummat pada tahun 2015 akhir, untuk proses operasionalnya tepat pada tanggal 1 maret 2016. Di saat itu ada satu orang yang menjadi manager dan ada satu orang yang menjadi teller. Adapun untuk dukungan atau awal mula berdirinya BMT Bina Ummat yaitu dari semangat pejuang ekonomi syariah di waktu itu yang belum mempunyai wadah untuk bisa menyalurkan harta baik dalam bentuk tabungan, zakat dan pinjaman yang sesuai dengan prinsip syariah. Dari semangat itulah mulai berkumpul para perdiri-pendirinya dan bermusyawarah, dan dari situlah terbentuklah organisasi yang namanya BMT Bina Ummat.¹

Pada tahun berjalan operasionalnya BMT Bina Ummat yaitu 1 maret tahun 2016 terkumpullah 25 orang donatur penanam saham dan 164 sebagai anggota BMT Bina Ummat. BMT Bina Ummat berbadan hukum koperasi syariah dengan nomor 503/BH/02/V/BPT/P-

¹ Rosyidin, Manager BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kec. Air Kumbang Kab. Banyuasin, *Wawancara*, Tanggal 23 Mei 2022 Jam 11.30 WIB.

2/VI/2016. Berdirinya BMT Bina Ummat ini tidak lain karna izin Allah SWT, kemudian persatuan kesatuan dan kekompakkan tokoh-tokoh masyarakat di wilayah Kecamatan Air Kumbang untuk mengembangkan ekonomi ke-ummatan di Kecamatan Air Kumbang khususnya Desa Cintamanis Baru.

BMT Bina Ummat dapat melaksanakan RAT yang ke-2 naik mencapai 474 anggota. Kemudian untuk RAT selanjutnya naik secara signifikan. Dan Alhamdulillah pada RAT ke 6 ini mengalami perkembangan dari yang sebelumnya, jumlah anggota mencapai 1196 orang, kini sudah 6 tahun umur BMT Bina Ummat semenjak berdirinya, pastinya mengalami kenaikan dan penurunan. Jika dilihat dari grafik perkembangan kadang naik, terkadang turun dikarenakan dari sekian banyak anggota kadang ada yang memenuhi kewajibannya ada juga yang tidak. Akan tetapi secara umum yang tampak pada grafik adalah bahwa BMT Bina Ummat mengalami perkembangan yang signifikan. Kemajuan ini tidak akan kita peroleh tanpa dukungan dari semua anggota/nasabah, serta kerjasama antara pengurus dan stake holder lainnya termasuk instansi pemerintah dan perbankan yang ada di wilayah Kecamatan Air Kumbang.²

BMT Bina Ummat, sudah memiliki berbagai produk yang dibutuhkan di kalangan masyarakat, yaitu Tabungan Titipan Qordun

² Muhammad, *Rapat Anggota Tahunan Tahun Buku 2021*, (Banyuasin: BMT Bina Ummat, 2022), h. 2-3

Hasan, Tabungan Berjangka Mudhorobah, Simpanan Pelajar (SIMPEL), Tabungan Rencana Barokah (TABAROK), Pembiayaan Murobahah (Jual Beli), Pembiayaan Multi Jasa, Pembiayaan Qordul Hasan.

2. Keterangan Perusahaan

a. Data Perusahaan

Nama Perusahaan : BMT Bina Ummat
Tagline : www.bmtbinaummat.com
Bentuk Perusahaan : Baitul Maal Wat Tamwil
Bidang Usaha : Keuangan Syariah
Lokasi Perusahaan : Jl. Inpres RT. 02 Dusun 1 Cinta Manis
Baru Kec. Air Kumbang Kab. Banyuasin
Sumatera Selatan 30966

b. Visi dan Misi

- 1) **Visi** : "Menjadi Koperasi Terunggul dan Terdepan dalam Mensejahterakan Umat dengan Ekonomi Syariah".
- 2) **Misi** :
 - a) Memberikan Pelayanan CERMAT (Cepat, Ramah, Amanah, Tepat)
 - b) Mempunyai Sistem yang Teruji, Manajerial, Akurat, Tepat dan Berbasis IT

- c) Membentuk SDI (Sumber Daya Insani) yang Sidiq, Berkelanjutan, Akhlaq Mulia, Tangguh, Kompeten dan Profesional
- d) Mewujudkan tata kelola yang sehat dari segala aspek: Asset, dana pihak ketiga, modal, pembiayaan, dan simpanan anggota
- e) Menjadi role model (percontohan) pengembangan model bisnis komunitas dalam skala regional
- f) Mempunyai tanggungjawab dan kepedulian sosial untuk melayani pengusaha kecil dan mikro (termasuk usaha tani, masyarakat miskin), menuju masyarakat produktif dan keluarga sejahtera.³

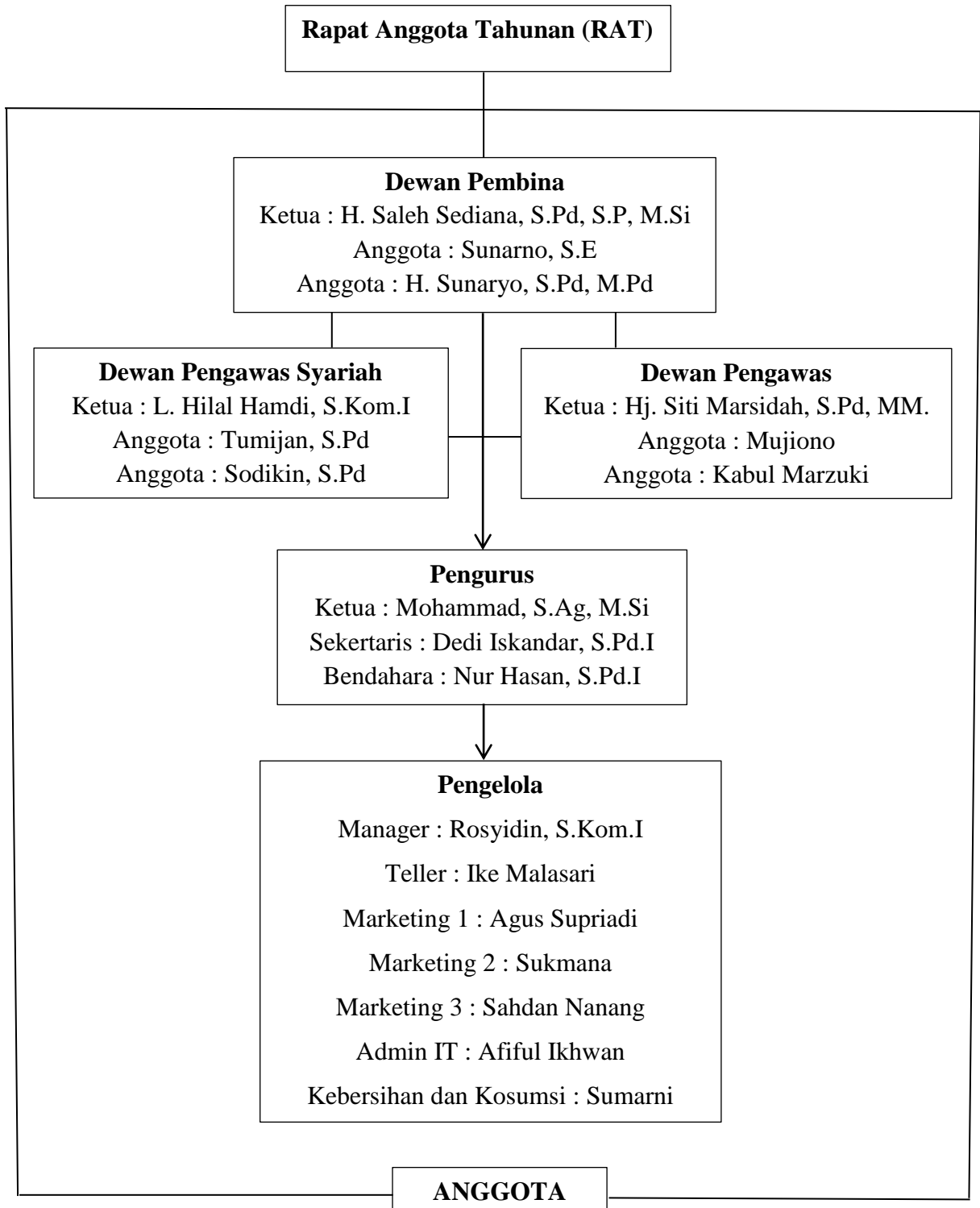
3. Struktur Organisasi

Untuk memperlancar jalannya aktivitas lembaga keuangan, BMT Bina Ummat telah menetapkan susunan Dewan Pembina, Dewan Pengawas Syariah dan Dewan BMT Bina Ummat yaitu bisa dilihat digambar 2 yaitu struktur organisasi BMT Bina Ummat, sebagai berikut.

³ Dokumentasi BMT Bina Ummat, 2022.

STRUKTUR ORGANISASI

BMT BINA UMMAT



4. Produk-Produk BMT Bina Ummat

Terbagi menjadi 2 produk BMT Bina Ummat yaitu:

a. Produk Tabungan

1) Tabungan Tititpan Qordul Hasan

- a) Tabungan yang dapat ditambah dan dapat ditarik setiap saat
- b) Pembukaan atas nama perorangan/lembaga
- c) Setoran pembukaan awal Rp. 100.000
- d) Tidak mendapatkan bagi hasil/jasa simpanan
- e) Bebas biaya administrasi bulanan

2) Tabungan Berjangka Mudhorobah

- a) Tabungan yang bisa ditambahkan setiap saat, tetapi ditarik dalam jangka waktu tertentu, yaitu dalam jangka waktu 6 atau 12 bulan. Jika dalam jangka waktu tersebut tidak ada penarikan, maka akan perpanjang otomatis.
- b) Pembukaan atas nama perorangan/lembaga
- c) Setoran awal minimal Rp. 100.000,
- d) Mendapatkan bagi hasil/jasa simpanan
- e) Bebas biaya administrasi bulanan

3) Simpanan Pelajar (SIMPEL)

- a) Tabungan diperuntukan khusus untuk pelajar
- b) Tanpa setoran minimal
- c) Dapat ditarik kapan saja

- d) Bebas biaya administrasi bulanan
- 4) Tabungan Rencana Barokah (TABAROK)
- a) Tabungan yang hanya bisa diambil ketika sudah tercapai target perencanaan.
 - b) Setoran awal minimal Rp. 100.000,
 - c) Mendapatkan Bagi Hasil Simpanan
 - d) Bebas Biaya Administrasi Bulanan
- b. Produk Pembiayaan
- 1) Pembiayaan Murobahah (Jual Beli)
- a) Pembiayaan dalam bentuk pengadaan barang (Sepeda Motor, Handphone, barang elektronik, dll)
 - b) BMT sebagai penyedia barang dan anggota sebagai pembeli
 - c) Pembayaran secara angsuran maksimal 24 bulan
 - d) Margin/bagi hasil/keuntungan BMT 20%/tahun
- 2) Pembiayaan Multijasa (Bayar Jasa)
- a) Pembiayaan dalam bentuk pembayaran jasa (bayar sekolah, kuliah, rumah sakit, tukang, dll)
 - b) BMT sebagai pihak yang membayarkan jasa dan anggota sebagai penerima jasa
 - c) Pembayaran secara angsuran maksimal 24 bulan
 - d) Margin/bagi hasil/keuntungan BMT 20%/tahun
- 3) Pembiayaan Qordul Hasan

- a) Pembiayaan dalam bentuk uang tunai
- b) Tanpa margin/bagi hasil/keuntungan BMT
- c) Dikembalikan dalam jangka waktu maksimal 1 bulan⁴

5. Program kerja BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin

Sesuai namanya yaitu Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah BMT Bina Ummat tentunya BMT tersebut tidak lepas dari memperbanyak simpanan, memperluas pembiayaan dan juga memajukan ummat secara umum baik dari segi pendidikan, ekonomi dan sumber daya alam.

B. Hasil Penelitian

Bab ini merupakan bagian yang membahas tentang hasil penelitian. Data tersebut didapatkan dari hasil observasi dan wawancara sebagai metode pokok dalam mengumpulkan data sebagai bukti bahwa yang didapatkan dapat berfungsi secara fakta. Selain itu juga peneliti menggunakan metode dokumentasi untuk memperkuat atau melengkapi apa yang didapatkan oleh peneliti melalui metode observasi dan wawancara.

⁴ Brosur BMT Bina Ummat

**(Untuk Pengurus BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru
Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin)**

Identitas informan

Nama : Rosyidin

Jabatan : Manager BMT Bina Ummat

Alamat : Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang
Kabupaten Banyuasin

Tanggal : 23 Mei S.D 4 Juni 2022

Pertanyaan :

**1. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah di
BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air
Kumbang Kabupaten Banyuasin**

a. Produk (*Product*)

1) Apa saja produk yang dijual BMT Bina Ummat?

“Di BMT Bina Ummat ini produknya berbentuk jasa bukan berbentuk fisik kalau untuk produknya bukan menjual tapi menawarkan seperti produk simpanan ada yang namanya simpanan qordul hasan, berjangka, rencana barokah, dan simpanan pelajar. Dan produk pembiayaan murobahah (jual beli), pembiayaan multijasa (bayar jasa), dan pembiayasa qordul hasan”.

2) Apakah produk yang dijual oleh BMT sudah bervariasi?

“Ada 4 yaitu simpanan qordul hasan, berjangka, rencana barokah, dan simpanan pelajar. Produk pembiayaan murobahah (jual beli), pembiayaan multijasa (bayar jasa), dan pembiayaan qordul hasan”.

b. Harga (*Price*)

- 1) Bagaimana cara BMT menentukan harga produk (jasa) yang akan dijual?

“BMT Bina Ummat menentukan harga dengan menerapkan persentase 20% pertahun”.

- 2) Bagaimana sistem pembayaran dari konsumen ke BMT Bina Ummat?

“Pembayaran dari konsumen ke BMT Bina Ummat secara cicilan atau ansuran”.

c. Promosi (*Promotion*)

- 1) Siapa yang bertanggung jawab terhadap promosi BMT Bina Ummat?

“Yang bertanggung jawab terhadap promosi adalah pengurus, pelaksana, manager dan marketing”.

- 2) Apa saja media promosi yang digunakan oleh BMT Bina Ummat?

“Media yang digunakan BMT Bina Ummat yaitu Facebook, WhatsApp, Instragram dan media langsung offline”.

d. Saluran Distribusi/ Lokasi

- 1) Bagaimana cara BMT Bina Ummat menentukan lokasi usaha?
“Menentukan lokasi usaha BMT Bina Ummat tempat yang strategis yang dilihat jumlah penduduk, mayoritas muslim, pengusaha, ekonomi yang mulai sudah membaik”.
- 2) Berapa luas bangunan yang digunakan untuk gedung dan kantor BMT Bina Ummat?
“Luas bangunan yang digunakan untuk lokasi usaha BMT Bina Ummat 10 kali 12 meter”.

e. Partisipan/Karyawan

- 1) Bagaimana cara BMT Bina Ummat memilih karyawan?
“BMT Bina Ummat memilih karyawan dengan cara open rekrutmen/buka lowongan, via media offline dan online, wawancara, perekrutan”.
- 2) Bagaimana cara meningkatkan semangat kerja staf BMT Bina Ummat?
“Cara meningkatkan semangat kerja staf BMT Bina Ummat yaitu diadakan *briefing*/pelatihan minimal 1 minggu sekali dan ta’lim setiap hari jumat”.
- 3) Bagaimana cara BMT jika ada staf yang resign?
“Cara BMT jika ada staf yang resign adalah diberikan pembekalan baik teori maupun materi”.

f. Proses

- 1) Bagaimana alur pemesanan barang dari konsumen ke BMT Bina Ummat?

“Alur pemesanan barang dari konsumen ke BMT Bina Ummat Dari produk pembiayaan yaitu permohonan, wawancara, pencairan, dan pengadaan barang”.

- 2) Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mengirim barang hingga tiba ke konsumen?

“Lama waktu pengiriman hingga tiba ke konsumen (produk pembiayaan) kurang lebih 1 minggu”.

- 3) Bagaimana alur pengiriman barang dari BMT Bina Ummat ke konsumen?

“Alur pengiriman barang hingga tiba ke konsumen ialah di antar ke konsumen dan di ambil di kantor”.

- 4) Apa saja yang mempengaruhi proses pengiriman barang ke konsumen?

“Yang mempengaruhi proses pengiriman barang ke konsumen: cuaca dan libur nasional”.

g. Lingkungan Fisik/Bukti Fisik

- 1) Apa saja bukti fisik yang dapat dilihat konsumen dari BMT Bina Ummat?

“Bukti fisik yang dapat dilihat konsumen dari BMT Bina Ummat adalah kantor, staff dan aset”.

- 2) Bagaimana cara menentukan alat transportasi yang digunakan?
“Cara menentukan alat transportasi yang digunakan tergantung kondisi lapangan jika di area BMT Bina Ummat bisa menggunakan motor, dan jika di kota menggunakan mobil”.
- 3) Apa saja alat transportasi yang digunakan?
“Alat transportasi yang digunakan BMT Bina Ummat motor dan mobil”.
- 4) Siapa yang bertanggungjawab terkait alat transportasi?
“Yang bertanggungjawab terkait alat transportasi manager BMT Bina Ummat”.

2. Dampak Dari Meningkatnya Jumlah Nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin

- a. Apa saja dampak positif dari meningkatnya jumlah nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin ?
 - 1) Banyak masyarakat muslim yang memiliki wadah untuk nabung
 - 2) Banyak masyarakat yang tertolong jika ada yang butuh dana
- b. Apa saja dampak negatif dari meningkatnya jumlah nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin ?
 - 1) Persoalan mulai muncul, seperti macetnya pembiayaan nasabah

(Untuk Nasabah/Anggota BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru

Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin)

Identitas informan

Nama : Taufik Hidayat

Jabatan : Karyawan BMT Bina Ummat

Alamat : Desa Rimba Jaya Kecamatan Air Kumbang Kabupaten
Banyuasin

Tanggal : 23 Mei S.D 4 Juni 2022

Pertanyaan :

**1. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT
Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang
Kabupaten Banyuasin**

a. Produk (*Product*)

1) Apa saja produk yang dijual di BMT Bina Ummat?

“Produk yang dijual di BMT Bina Ummat: Produk Tabungan dan
Pembiayaan”.

2) Bagaimana cara menentukan produk yang akan dijual?

“Cara menentukan produk yang akan dijual dengan cara di
diskusikan di forum rapat terlebih dahulu”.

3) Apakah produk yang dijual oleh BMT sudah bervariasi?

“Produk yang dijual oleh BMT sudah cukup bervariasi”.

4) Bagaimana mana kualitas produk yang BMT jual?

“Produk yang BMT jual memiliki kualitas yang cukup baik”.

5) Apakah yang produk BMT jual memiliki garansi?

“Iya, contohnya hp dan motor”.

6) Bagaimana mana BMT menentukan jumlah persediaan barang?

“BMT menentukan jumlah persediaan barang melalui hasil survei”.

b. Harga

1) Bagaimana cara BMT menentukan harga produk yang akan dijual?

“Cara BMT menentukan harga produk yang akan dijual melalui hasil survei”.

2) Bagaimana cara sistem pembayaran dari konsumen ke BMT Bina Ummat?

“Sistem pembayaran dari konsumen ke BMT Bina Ummat dengan angsuran/cicilan”.

3) Bagaimana cara BMT Bina Ummat menunjukkan diskon?

“BMT Bina Ummat menunjukkan diskon kepada konsumen tergantung lamanya masa angsuran/cicilan”.

c. Promosi

1) Siapa yang bertanggung jawab terhadap promosi BMT Bina Ummat?

“Bertanggung jawab terhadap promosi BMT Bina Ummat ialah Marketing”.

2) Apa saja media promosi yang digunakan oleh BMT Bina Ummat?

“Media promosi yang digunakan oleh BMT Bina Ummat Facebook dan YouTube”.

3) Bagaimana cara BMT menentukan promosi penjualan?

“Cara BMT menentukan promosi penjualan ditentukan diforum rapat”.

d. Saluran Distribusi / Karyawan

1) Bagaimana cara BMT Bina Ummat menentukan lokasi?

“Cara BMT Bina Ummat menentukan lokasi melihat wilayah strategis”.

e. Partisipan/ karyawan

1) Bagaimana cara BMT Bina Ummat memilih karyawan?

“Cara BMT Bina Ummat memilih karyawan dengan membuka lowongan pekerjaan secara terbuka dan diuji kelayakannya”.

f. Proses

1) Bagaimana alur pemesanan barang dari konsumen ke BMT Bina Ummat?

“Alur pemesanan barang dari konsumen ke BMT Bina Ummat dengan

2) Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mengirim barang hingga tiba ke konsumen?

“Waktu yang dibutuhkan untuk mengirim barang hingga tiba ke konsumen sehari atau 3 hari”.

3) Apa saja yang mempengaruhi proses pengiriman barang ke konsumen?

“Mempengaruhi proses pengiriman barang ke konsumen cuaca, bukan jam kantor dan hari libur”.

g. Lingkungan Fisik/Bukti Fisik

1) Apa saja bukti fisik yang dapat dilihat konsumen dari BMT Bina Ummat?

“Bukti fisik yang dapat dilihat konsumen dari BMT Bina Ummat kantor BMT Bina Ummat”.

2) Apa saja alat transportasi yang digunakan?

“Alat transportasi yang digunakan motor dan mobil”.

2. Dampak Dari Meningkatnya Jumlah Nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin

a. Apa saja dampak positif dari meningkatnya jumlah nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin ?

“Dampak positifnya ialah semakin berkembangnya BMT Bina Ummat karena memiliki nasabah/anggota yang meningkat dan semakin ramai orang-orang ingin bergabung menjadi nasabah karena BMT tersebut melakukan unsur syariah. Dan memperlihatkan kemajuan BMT Bina Ummat serta meningkatkan omset”.

b. Apa saja dampak negatif dari meningkatnya jumlah nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin ?

“Dampak negatifnya yaitu banyaknya nasabah yang telat membayar angsuran dan rumah mereka yang jauh dari BMT Bina Ummat salah satu faktor terhambatnya”.

Identitas informan

Nama : Sukmana

Jabatan : Nasabah/anggota BMT Bina Ummat

Alamat : Desa Rimba Jaya Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin

Tanggal : 23 Mei S.D 4 Juni 2022

Pertanyaan :

A. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin

1. Produk (*Product*)

a) Apa saja produk yang dijual BMT Bina Ummat?

“Produk pembiayaan ada 3, Murabahah, Multijasa dan Qardhul Hasan atau pembiayaan tolong-menolong atau ta'awun contohnya meminjam uang 5 juta dalam satu bulan dan dikembalikan lagi 5 juta”.

b) Apakah produk yang dijual oleh BMT sudah bervariasi?

“Untuk yang sudah dijalankan ada tiga Murabahah, Multijasa dan Qardhul Hasan sedangkan untuk yang belum maksimal ada dua tabungan kurban dan tabarok”.

c) Bagaimana kualitas produk yang BMT jual?

“Kualitas produk yang BMT jual sudah baik”.

d) Apakah yang produk BMT jual memiliki garansi?

“Ada garansi, walaupun BMT Bina umat hanya sebagai perantara antara konsumen dan penjual”.

e) Bagaimana cara BMT menentukan jumlah persediaan produk?

“BMT tidak menyetok barang atau produk melainkan BMT hanya bisa mengambilkan pesanan bagi konsumen yang memesan”.

2. **Harga (Price)**

a) Bagaimana cara BMT menentukan harga produk yang akan dijual?

“Contohnya tv harga 5 juta BMT Bina Ummat mengambil keuntungan 20% dalam 1 tahun”.

b) Bagaimana sistem pembayaran dari konsumen ke BMT Bina Ummat?

“Ada tiga; yang pertama konsumen datang ke kantor, yang kedua bisa dijemput oleh marketing, dan yang ketiga bisa melalui transfer”.

c) Bagaimana cara BMT Bina Ummat menunjukkan diskon?

“Untuk diskon BMT Bina Ummat belum mengadakan”.

3. Promosi (*Promotion*)

a) Siapa yang bertanggung jawab terhadap promosi BMT Bina Ummat?

“Yang bertanggung jawab terhadap promosi di BMT Bina umat yaitu pengurus”.

b) Apa saja media promosi yang digunakan oleh BMT Bina Ummat?

“Yang pertama melalui pendekatan BMT ke konsumen secara langsung, yang kedua melalui browser dan yang ketiga melalui digital”.

c) Bagaimana cara BMT menentukan promosi penjualan?

“Menunggu konsumen atau anggota BMT Bina umat yang ada pengajuan”.

4. Saluran Distribusi/ Lokasi

1. Bagaimana cara BMT Bina Ummat menentukan lokasi usaha?

“Melalui tempat yang strategis”.

5. Partisipan/Karyawan

a) Bagaimana cara BMT Bina Ummat memilih karyawan?

“Cara BMT Bina Ummat memilih karyawan dengan seleksi dan wawancara”.

6. Proses

a) Bagaimana alur pemesanan barang dari konsumen ke BMT Bina Ummat?

“Alur pemesanan barang dari konsumen ke BMT Bina Ummat dengan melakukan permintaan barang, bagian pengadaan barang (BMT Bina Ummat) melakukan pengambilan barang ke agen yang menurut BMT terbaik, kemudian mengkonfirmasi kepada konsumen yang memesan barang bahwasannya barang telah ada/tdak ada di kantor BMT tersebut, selanjutnya barang yang ada akan diantarkan oleh pihak BMT atau konsumen mengambil sendiri di kantor”.

- b) Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mengirim barang hingga tiba ke konsumen?

“Waktu yang dibutuhkan untuk mengirim barang hingga tiba ke konsumen sehari atau 3 hari”.

- c) Bagaimana alur pengiriman barang dari BMT Bina Ummat ke konsumen?

“Mengkonfirmasi kepada konsumen yang memesan barang bahwasannya barang telah ada/tdak ada di kantor BMT tersebut, selanjutnya barang yang ada akan diantarkan oleh pihak BMT atau konsumen mengambil sendiri di kantor”.

- d) Apa saja yang mempengaruhi proses pengiriman barang ke konsumen?

“Mempengaruhi proses pengiriman barang ke konsumen cuaca dan hari libur”.

7. Lingkungan Fisik/Bukti Fisik

- a) Apa saja bukti fisik yang dapat dilihat konsumen dari BMT Bina Ummat?

“Bukti fisik yang dapat dilihat konsumen dari BMT Bina Ummat adalah kantor BMT Bina Ummat”.

- b) Bagaimana cara menentukan alat transportasi yang digunakan?

“Sesuai cuaca atau keadaan tempat, bisa pakai mobil ataupun motor”.

- c) Apa saja alat transportasi yang digunakan?

“Alat transportasi yang digunakan motor dan mobil”.

B. Dampak Dari Meningkatnya Jumlah Nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin

- a. Apa saja dampak positif dari meningkatnya jumlah nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin ?

“Dampak positif dari meningkatnya jumlah nasabah di BMT Bina Ummat adalah jika terjadi kenaikan pada penjualan maka tabungan akan meningkat. Jika nasabah atau anggota mengalami peningkatan tabungan maka jumlah kas pada hari itu juga naik”.

- b. Apa saja dampak negatif dari meningkatnya jumlah nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin ?

“Dampak negatif dari meningkatnya jumlah nasabah di BMT Bina Ummat adalah terhambatnya uang cicilan atau angsuran perbulan/pertahun yang disetorkan kepada pihak BMT Bina Ummat, maka BMT akan kesulitan mengelola uang”.

Identitas informan

Nama : Rusmala

Jabatan : Nasabah/Anggota BMT Bina Ummat

Alamat : Desa Karang Anyar Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin

Tanggal : 23 Mei S.D 4 Juni 2022

Pertanyaan :

1. Sejak kapan menjadi anggota/nasabah BMT Bina Ummat ?

“Saya sudah hampir 4 tahun menjadi anggota BMT Bina Ummat, Pelayanan yang di berikan sangat puas untuk kami sebagai anggotanya”.

2. Apa yang membuat tertarik untuk menjadi anggota/nasabah BMT Bina Ummat ?

“Saya senang saja bergabung dengan BMT Bina Ummat, rasanya enak begitu dan nyaman”.

3. Apakah ada hambatan atau kendala selama menabung di BMT Bina Ummat ?

“alhamdulillah tidak ada hambatan maupun kendala yang saya alami selama menjadi anggota BMT Bina Ummat”.

4. Mengapa bapak/ ibu memilih menabung di BMT Bina Ummat ?
“Karena saya merasa nyaman dan aman”.
5. Bagaimana menurut bapak/ibu tentang strategi pemasaran anggota/nasabah BMT Bina Ummat selama ini?
6. Apa faktor penghambat menurunnya strategi pemasaran BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin ?
“Cukup baik dan bagus”.
7. Bagaimana solusi untuk hambatan tersebut?
“Karena bagi saya tidak ada hambatan dan jikapun ada nantinya semoga pihak BMT bisa menyelesaikannya dengan sebaik mungkin”.

Nama : Ica

Jabatan : Nasabah/Anggota BMT Bina Ummat

Alamat : Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang
Kabupaten Banyuasin

Tanggal : 23 Mei S.D 4 Juni 2022

Pertanyaan :

- a. Sejak kapan menjadi anggota/nasabah BMT Bina Ummat ?
“Saya sudah bergabung dengan BMT Bina Ummat dari awal berdiri pada tahun 2016 hingga sekarang”.
- b. Apa yang membuat tertarik untuk menjadi anggota/nasabah BMT Bina Ummat ?

“Yang membuat tertarik ialah karyawan yang ada di BMT Bina Ummat sangat ramah-ramah”.

- c. Apakah ada hambatan atau kendala selama menabung di BMT Bina Ummat ?

“Selama saya menabung alhamdulillah tidak ada hambatan/kendala untuk menabung ataupun yang lainnya, lagi pula rumah saya dekat dari BMT Bina Ummat tersebut”.

- d. Mengapa bapak/ ibu memilih menabung di BMT Bina Ummat ?

“Alasan saya menabung di BMT ini karena BMT ini syariah dan ada satu-satunya di wilayah kecamatan Air Kumbang serta jarak dari rumah saya sangatlah dekat”.

- e. Bagaimana menurut bapak/ibu tentang strategi pemasaran anggota/nasabah BMT Bina Ummat selama ini?

“Cukup bagus dalam pemasarannya”.

- f. Apa faktor penghambat menurunnya strategi pemasaran BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin ?

“Yang menjadi faktor penghambatnya jika strategi pemasarannya tidak menarik dan kurang populer”.

- g. Bagaimana solusi untuk hambatan tersebut?

“Solusi untuk hambatan dalam strategi pemasaran buatlah semenarik mungkin untuk masyarakat bisa bergabung BMT dan promosikan seluruh media baik digital maupun secara langsung”.

Nama : Heliana

Jabatan : Nasabah/Anggota BMT Bina Ummat

Alamat : Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang
Kabupaten Banyuasin

Tanggal : 23 Mei S.D 4 Juni 2022

Pertanyaan :

a. Sejak kapan menjadi anggota/nasabah BMT Bina Ummat ?

“Saya bergabung dengan BMT sejak tahun 2019”.

b. Apa yang membuat tertarik untuk menjadi anggota/nasabah BMT Bina Ummat ?

“Banyaknya saudara saya yang menabung atau meminjam dana dengan BMT maka dari itu saya ikut bergabung”.

c. Apakah ada hambatan atau kendala selama menabung di BMT Bina Ummat ?

“Hambatannya malasnya untuk datang ke BMT pada waktunya”.

d. Mengapa bapak/ ibu memilih menabung di BMT Bina Ummat ?

“Karena BMT ini mengelola uang dengan sistem syariah”.

e. Bagaimana menurut bapak/ibu tentang strategi pemasaran anggota/nasabah BMT Bina Ummat selama ini?

“Strategi pemasaran yang ada di BMT ini cukup menarik, tetapi belum maksimal saja”.

f. Apa faktor penghambat menurunnya strategi pemasaran BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin ?

“Menurut saya kurang cepat dalam pemasarannya”.

g. Bagaimana solusi untuk hambatan tersebut?

“Solusinya dengan cepat dan yang penting teliti dalam strategi pemasaran”.

Nama : Ani Nurjannah

Jabatan : Nasabah/Anggota BMT Bina Ummat

Alamat : Desa Rimba Jaya Baru Kecamatan Air Kumbang
Kabupaten Banyuasin

Tanggal : 23 Mei S.D 4 Juni 2022

Pertanyaan :

a. Sejak kapan menjadi anggota/nasabah BMT Bina Ummat ?

“Saya menjadi anggota/nasabah BMT Bina Ummat sejak tahun 2019”.

b. Apa yang membuat tertarik untuk menjadi anggota/nasabah BMT Bina Ummat ?

“Membuat saya tertarik adalah sistem bagi hasilnya”.

c. Apakah ada hambatan atau kendala selama menabung di BMT Bina Ummat ?

“Ada, seperti tidak adanya kendaraan untuk datang ke BMT”.

d. Mengapa bapak/ ibu memilih menabung di BMT Bina Ummat ?

“Menurut saya sistem bagi hasilnya baik menurut syariat”.

- e. Bagaimana menurut bapak/ibu tentang strategi pemasaran anggota/nasabah BMT Bina Ummat selama ini?

“Menurut saya cukup baik”.

- f. Apa faktor penghambat menurunnya strategi pemasaran BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin ?

“Menurut saya yang menjadi penghambat menurunnya ialah sistem pelayanannya terutama di bagian transfer keuangannya, menurut saya ADM nya terlalu mahal”.

- g. Bagaimana solusi untuk hambatan tersebut?

“Menurut saya untuk solusi terhadap hambatan tersebut adalah menyeimbangkan atau menstabilkan biaya ADM seperti pada umumnya”.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari lokasi penelitian, maka dapat dikemukakan pembahasan berdasarkan tujuan penelitian pada bab I, sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin

Untuk mengetahui rumusan masalah peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi di koperasi BMT Bina Ummat

Desa Cinta Manis Baru Kec. Air Kumbang Kab. Banyuasin. Adapun uraian data yang diperoleh dari hasil lapangan dan jawaban terhadap permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah yang ada di BMT Bina Ummat.

Bahwasannya di BMT sudah menerapkan strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT Bina Ummat dengan menggunakan 7 unsur *marketing mix* (bauran pemasaran): produk, harga, promosi, tempat (saluran distribusi), orang (partisipan), proses dan lingkungan fisik, sebagai berikut:

a. Produk (*Product*)

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti bahwasannya BMT Bina Ummat pada P yang pertama yaitu produk, sudah cukup banyak menciptakan produk dan sudah cukup lengkap serta untuk kualitas produk yang ada di BMT sudah cukup bagus. Seperti pada produk simpanan ada yang namanya simpanan qordul hasan kelebihanannya tabungan qordul hasan dapat ditambah dan bisa diambil disetiap saat, tabungan berjangka mudhorobah kelebihanannya mendapatkan bagi hasil/jasa pinjaman, rencana barokah kelebihanannya bisa diambil ketika sudah mencapai target, dan simpanan pelajar kelebihanannya tanpa setoran minimal dan dapat ditarik kapan saja. Dan ada juga produk pembiayaan murobahah (jual beli) dan pembiayaan multijasa (bayar jasa)

kelebihannya pembayaran secara angsuran maksimal 24 bulan, sedangkan pembiayaan qordul hasan kelebihanannya dalam bentuk uang tunai dan dikembalikan dalam jangka maksimal 1 bulan.

Kemudian untuk produk yang konsumen ambil atau beli di BMT ada garansi dan untuk persediaan produk BMT tidak menyetok barang karena BMT hanya memesan produk yang di pesan oleh konsumen. Sehingga produk yang ditawarkan cukup variatif maka dari itu P yang pertama itu sudah berhasil.

b. Harga (*Price*)

Berdasarkan harga yang diterapkan oleh BMT Bina Ummat 20% setiap tahun sudah cukup baik dan sesuai dengan syariat Islam, tidak memberatkan dan akadnya jelas tidak ada penipuan. Syaikh Muhammad bin Sholeh Al ‘Utsaimin berkata: “Keuntungan itu tidak dibatasi. Boleh saja diambil keuntungan 10, 20, 25% atau lebih dari itu, asalkan tidak ada pengelabuhan/penipuan dalam jual belinya. Besarnya keuntungan di sini dibolehkan selama tidak ada ghobah (pengelabuhan/penipuan).

Analisis strategi pemasaran dari harga sudah bagus dan cocok untuk BMT Bina Ummat dengan adanya harga maka BMT bisa menawarkan jasa. Menurut Islam harga yang ditetapkan BMT Bina Ummat sudah benar selama tidak ada pengelabuhan/penipuan antara pihak BMT Bina Ummat dengan konsumen. Maka dari itu P yang kedua sudah berhasil.

c. Promosi

Berdasarkan hasil wawancara peneliti BMT melakukan penawaran jasa dengan melakukan promosi agar masyarakat bisa mengetahui produk apa saja yang ada di BMT Bina Ummat maka pihak BMT melakukan secara promosi dengan cara media cetak dan media online. Contoh media cetak spanduk, brosur dan contoh media digital online Facebook, WhatsApp, Instagram dan juga media langsung offline. Kemudian yang bertanggungjawab terhadap promosi adalah pengurus, pelaksana, manager dan marketing.

Berdasarkan analisis strategi pemasaran dalam promosi di BMT Bina Ummat sangat perlu karena dengan mempromosikan barang atau jasa maka masyarakat bisa mengetahui dan bergabung menjadi anggota/atau nasabah BMT Bina Ummat. Maka dari itu promosi yang dilakukan oleh BMT Bina Ummat sudah cukup bagus karena melakukan promosi melalui semua media cetak atau online itu termasuk cukup efektif.

d. Saluran Distribusi/ *Place*

Lokasi yang digunakan BMT Bina Ummat harus strategis sehingga para anggota atau nasabah maupun masyarakat mudah mendatangi tempat tersebut kemudian yang dilihat jumlah penduduk, mayoritas muslim, pengusaha, ekonomi yang mulai

sudah membaik. Luas bangunan yang digunakan untuk lokasi usaha BMT Bina Ummat 10 kali 12 meter.

Berdasarkan analisis strategi pemasaran dalam penempatan atau distribusi adalah bagian yang sangat penting dari definisi bauran produk karena BMT Bina Ummat harus memposisikan dan mendistribusikan produk di tempat yang dapat diakses oleh masyarakat. Maka dari itu penempatan BMT Bina Ummat sudah strategis yang bisa di jumpai masyarakat, oleh sebab itu P tersebut sudah bagus dan cocok.

e. Partisipan / Karyawan

Karyawan yang bekerja di BMT Bina Ummat adalah karyawan yang dipilih untuk bekerjasama dengan BMT dan membantu BMT. BMT Bina Ummat memilih karyawan dengan cara *open recruitment*/buka lowongan, via media offline dan online, wawancara, pengrekrutan. Kemudian cara meningkatkan semangat kerja staf BMT Bina Ummat yaitu diadakan *briefing*/pelatihan minimal 1 minggu sekali dan ta'lim setiap hari jumat. Cara BMT jika ada staf yang *resign* adalah diberikan pembekalan baik teori maupun materi.

Berdasarkan analisis strategi pemasaran dalam partisipan atau karyawan di BMT Bina Ummat sangat penting dalam pemasaran karena merekalah yang memberikan layanan kepada masyarakat. Maka dari itu sudah cukup bagus karyawan yang ada di BMT Bina

Ummat, karena dalam merekrutmen karyawan yang masuk maupun yang *resign* diberikan pembekalan.

f. Proses/ *Process*

Layanan jasa ataupun kualitas produk sangat bergantung pada proses penyampaian jasa kepada konsumen. Mengingat bahwa penggerak perusahaan jasa adalah karyawan itu sendiri, maka untuk menjamin mutu layanan (*quality assurance*), seluruh operasional perusahaan harus dijalankan sesuai dengan sistem dan prosedur yang terstandarisasi oleh karyawan yang berkompentensi, berkomitmen, dan loyal terhadap perusahaan tempatnya bekerja.

Setiap produk pasti melakukan proses untuk sampai ke pemiliknya. Alur pemesanan barang dari konsumen ke BMT Bina Ummat dari produk pembiayaan yaitu permohonan, wawancara, pencairan, dan pengadaan barang. Lama waktu pengiriman hingga tiba ke konsumen (produk pembiayaan) kurang lebih 1 minggu. Alur pengiriman barang hingga tiba ke konsumen ialah di antar ke konsumen dan di ambil di kantor. Yang mempengaruhi proses pengiriman barang ke konsumen: cuaca dan libur nasional.

Berdasarkan analisis strategi pemasaran dalam proses memengaruhi pelaksanaan layanan. Maka dari itu BMT Bina Ummat harus memastikan bahwa BMT Bina Ummat memiliki proses yang dirancang khusus untuk meminimalkan biaya dan memaksimalkan keuntungan.

g. Lingkungan Fisik/Bukti Fisik

Bukti fisik yang terlihat oleh anggota atau nasabah BMT Bina Ummat secara jelas yaitu kantor, staff dan aset. Cara menentukan alat transportasi yang digunakan tergantung kondisi lapangan jika di area BMT Bina Ummat bisa menggunakan motor, dan jika di kota menggunakan mobil. Yang bertanggungjawab terkait alat transportasi manager BMT Bina Ummat.

Berdasarkan analisis strategi pemasaran dalam bukti fisik yaitu bahwa pelayanan itu sudah banyak dipakai seperti kantor, staff dan aset. Selain itu, pembuktian juga berkaitan kepada masyarakat yang menjadi nasabah atau anggota karena mereka merasakan produk jasa yang ada di BMT Bina Ummat.

2. Dampak Dari Meningkatnya Jumlah Nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin

Berdasarkan dampak yang diberikan dari hasil penelitian pengumpulan data diketahui bahwasannya ada dampak dari meningkatnya jumlah nasabah baik dampak positif maupun dampak negatif

a. Dampak positif dari meningkatnya jumlah nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin, antara lain:

- 1) Banyak masyarakat muslim yang memiliki wadah untuk nabung

Minat menabung bisa diasumsikan sebagai rasa keinginan yang muncul sebagai respon ketertarikan terhadap BMT Bina Ummat. Selain dari religiusitas perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor dalam diri seseorang seperti usia, siklus kehidupan, gaya hidup dan pendapatan seseorang. Selain faktor dari diri sendiri, lingkungan sosial juga mempengaruhi minat seseorang dalam menabung di Koperasi Syariah. Pengetahuan religiusitas dan budaya menjadi peran penting dalam menentukan minat masyarakat untuk menabung di Koperasi syariah. Budaya memiliki acuan pada nilai, gagasan, simbol dan artefak. Hal ini, bermakna bahwa budaya membantu nasabah dalam berkomunikasi terhadap sesama, melakukan penafsiran serta evaluasi sebagai anggota masyarakat.

- 2) Banyak masyarakat yang tertolong jika ada yang butuh dana BMT Bina Ummat membantu meminjamkan dana bagi masyarakat yang membutuhkan atau yang memeperlukannya. Apalagi bagi masyarakat yang sudah menjadi nasabah atau BMT Bina Ummat sangatlah mudah dalam transaksi untuk meminjam ke BMT Bina Ummat, karena sudah menjadi nasabah/anggota.

- 3) Semakin berkembangnya BMT Bina Ummat karena memiliki nasabah/anggota yang meningkat dan semakin ramai orang-orang ingin bergabung menjadi nasabah karena BMT tersebut melakukan unsur syariah. Dan memperlihatkan kemajuan BMT Bina Ummat serta meningkatkan omset.
 - 4) Jika terjadi kenaikan pada penjualan maka tabungan akan meningkat. Jika nasabah atau anggota mengalami peningkatan tabungan maka jumlah kas pada hari itu juga naik.
- b. Dampak negatif dari meningkatnya jumlah nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin, antara lain:
- 1) Persoalan mulai muncul, seperti macetnya pembiayaan nasabah
Jika anggota/nasabah BMT Bina Ummat telat membayar cicilan atau ansuran perbulan atau yang ditentukan BMT maka itu akan menjadi dampak negatif bagi BMT Bina Ummat.

Berdasarkan penjelasan diatas bahwasannya dampak positif dari meningkatnya jumlah nasabah di BMT Bina Ummat lebih banyak dari dampak negatifnya, baik dampak positifnya untuk masyarakat maupun untuk BMT Bina Ummat sedangkan dampak negatifnya lebih ke BMT Bina Ummat dan untuk nasabah/anggota tidak ada dampak negatifnya.