

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENYEBABKAN  
DEVISIT ANGGARAN PADA BMT PAT SEPAKAT  
TAHUN 2016-2018**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.1)  
Dalam Ilmu Perbankan Syariah



**Oleh:**

**FATMAWATI**

**NIM: 13632037**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
INSTITUTAGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
CURUP 2020**

Hal : pengajuan Skripsi

Kepada

Yth, Bapak Ketua IAIN Curup

Di

Curup

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Fatmawati mahasiswa IAIN yang berjudul: "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Devisit Anggaran pada BMT Pat Sepakat Tahun 2016-2018", sudah dapat diajukan dalam sidang munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

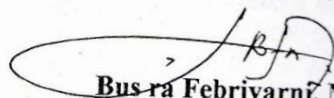
Demikian permohonan ini kami ajukan. Terima Kasih.

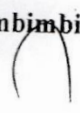
Wassalam,

Curup, Juni 2020

Pembimbing I 08/2020  
/06

Pembimbing II

  
**Bus-ra Febrivarni, M.ag**  
NIP. 19740228 200003 2003

  
**Ratih Komala Dewi, M.M**  
NIP.16900619 201801 2001





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN CURUP)  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Dr. A.K. Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 Kode pos 39119  
Website/facebook: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup; Email: fakultassyariah&ekonomiislam@gmail.com

**PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA**

Nomor : 717 /In.34/FS/PP.00.91 /2020

Nama : **Fatmawati**  
Nim : **13632037**  
Fakultas : **Syariah dan Ekonomi Islam**  
Prodi : **Perbankan Syariah**  
Judul : **Faktor-faktor Devisit Anggaran pada BMT Pat Sepakat Tahun 2016-2018**

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/ Tanggal : **Kamis, 25 Juni 2020**  
Pukul : **14.30 – 16,00 WIB.**  
Tempat : **Ruang 3 Gedung Munaqasah Fakultas Syariah IAIN Curup**

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah.

Curup, Juli 2020

**Ketua,**

**Sekretaris,**

**Busra Febrivarni, M. Ag.**  
NIP.19740228 200003 2 003

**Ratih Komala Dewi, S.Si.,MM**  
NIP. 19900619 201801 2 001

**Penguji I,**

**Penguji II,**

**Dr. Yusefri, M. Ag.**  
NIP.19700202 199803 1 007

**Lutfi El-Falahi, M.H**  
NIDN. 2029048502

Mengesahkan

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam



**Dr. Yusefri, M. Ag.**  
NIP.19700202 199803 1 007



## PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fatmawati  
Nomor Induk Mahasiswa : 136322037  
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam  
Program Studi : Perbankan Syari'ah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, Juni 2020



Fatmawati  
NIM. 13632037

# *Motto*

AKHLAK LEBIH TINGGI DARI ILMU...

*Jika anda tidak bisa menjadi orang baik....,*

*Jika anda tidak bisa menjadi orang alim....,*

Setidaknya anda punya banyak kesempatan menjadi seseorang yang mulia  
akhlaknya.

## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan bahagia atas segala rahmat yang telah diberikan oleh Allah SWT, penulis mempersembahkan karya tulis ini kepada orang-orang terkasih, terutama untuk:

1. Suamiku tercinta Belli Makraw yang selalu mensupportku dan membantuku dan ayah serta ibuku yang sangat kusayangi Bapak Ainal kibri dan Mak Sumarsih yang tidak henti-hentinya memberikan doa, kasih sayang demi kesuksesan dan keberhasilanku meraih cita-cita.
2. Anakku tersayang Az-Zahra Khumairah yang selalu menjadi penyemangatku setiap saat
3. Kakak-kakakku yang telah memberikan semangat untukku Rahma Purwanti, Ahmad Tarizi, dan Jusman Amri .
4. Sahabat-sahabatku, Mbak Sekar Nengsih, Septi Emilia, Nike Safitri, Yuyun Apriani, dan seluruh teman-teman yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
5. Terima kasih kuucapkan kepada teman-teman seperjuanganku PS RK Mbak Sekar, Yuyun Apriani, Nike Safitri, Septi Emilia, Susi Ariani, Rina Zahra Wati, Nabila Riana, Naziva Riani, Revi Asri Palentin, Rihlaili Nurardillah Al-Ogny, Nanda Junika, Fatmawati, Nelvia Hardianti, Ardi Fanronik, Andri Bayu Arianda, Hajri, Hengki Ternando, Robi Hariansyah, Evantri, Nopi riyansah, Yozan Putra, Wilham Aulia, dan Indra Saputra yang selalu memberi warna selama perkuliahan.
6. Terima kasih juga kepada seluruh teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2013-2015. Semua kebaikan kalian takakan pernah kulupakan, semoga setiap langkahku mendapat keridhaan dari Mu ya Allah, aamiin...
7. Almamaterku yang tercinta IAIN Curup yang selalu kubanggakan tempatku menimba ilmu

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang maha kuasa berkat rahmat dan kasih sayang-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: Faktor-faktor yang mempengaruhi Devisit Anggaran pada BMT Pat Sepakat Tahun 2016-2018. Sholawat beserta salam tak lupa kita kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya, berkat beliau pada saat ini kita berada dalam alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini diajukan guna melengkapi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini sulit untuk dapat terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan dan do'a kepadasesuapihak yang memberikan sumbangsih dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Rahmad Hidayat, M.Ag.,M.Pd selaku Rektor IAIN Curup.
2. Bapak Dr. Yusefri, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
3. Dr. Muhammad Istan, M.Pd, MM selaku Wakil Dekan I.
4. Bapak Noprizal, M.Ag selaku Wakil Dekan II.
5. Bapak Khairul Umam Khudhori, M.E.I selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah.
6. Bunda Busro F. M.,Ag., selaku pembimbing I, yang telah membimbing serta mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.

7. Bunda Ratih Komala Dewi, M.M selaku pembimbing II, yang telah membimbing serta mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Hendrianto, MA selaku Dosen Pembimbing Akademik.
9. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Prodi Perbankan Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang telah memberikan motivasi kepada penulis selama dibangku kuliah.
10. Seluruh keluarga besar penulis, untuk Suamiku Ahmad Muhajir S.Pd.I, Ibuku tersayang Mak Oneng dan kakak-kakakku Susi Yani, Neneng Sujiah, Sri Sunarti, Susanti, Yogi, dan Nunik Kurniati M.Pd terima kasih telah member warna disetiap hari-hariku dengan doa dan suport kalian.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik, saran, masukan, dan arahan dari pembaca yang sifatnya membangun guna perbaikan pembuatan kedepan agar bisa lebih baik.

Curup, juni 2020



Penulis



## **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Devisit Anggaran pada BMT Pat Sepakat Tahun 2016-2018**

OLEH : Fatma Wati

**Abstrak:** Berdasarkan hasil observasi awal, penyebab terjadinya devisit anggaran pada BMT Pat Sepakat disebabkan terjadinya kredit macet atau kredit bermasalah. Pada tahun 2016 dan 2017 banyak anggota BMT Pat Sepakat yang melakukan pembiayaan sedangkan pada tahun 2016 dan 2017 kondisi keuangannya pada saat itu sedang mengalami kesulitan. Namun semua ajuan pembiayaan tetap dapat di penuhi oleh BMT Pat Sepakat.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reserch*) dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Subjek penelitian adalah BMT Pat Sepakat. Sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara/*interview* dan teknik dokumentasi dan menganalisis data dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dengan model *fishbond* deskripsi dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Dalam melakukan pemasaran produk BMT Pat Sepakat telah menjalankan sesuai dengan konsep pemasaran, namun terdapat kendala dalam menerapkan strategi pemasaran yaitu minimnya sumber daya manusia yang kompeten dibidangnya, sumber dana sebagai modal yang masih terbatas, dan persaingan ketat dengan lembaga keuangan yang lainnya. 2) Faktor-faktor penyebab terjadinya defisit anggaran pada BMT Pat Sepakat disebabkan karena adanya kredit macet dan kondisi keuangan yang kurang baik, namun masih dalam batas kewajaran. Adapun upaya yang dilakukan dalam menanganinya adalah dengan cara meningkatkan pertumbuhan simpanan wajib sebagai dana cadangan dan meningkatkan promosi produk, guna meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap BMT Pat sepatat.

Kata kunci: Strategi pemasaran, promosi dan pertumbuhan.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUNG</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PLAGIASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. LatarBelakang.....	1
B. BatasanMasalah .....	5
C. RumusanMasalah .....	5
D. TujuanPenelitian.....	5
E. ManfaatPenelitian.....	6
F. SistematikaPenulisan.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
A. LandasanTeori .....	8
1. Pengertian BMT .....	8
2. FungsidanPeran BMT.....	8
3. SejarahBerdiri BMT Pat Sepakat .....	10
4. Sejarah BMT Pat Sepakat.....	11
5. VisidanMisi .....	12
6. SumberPermodalan BMT Pat Sepakat .....	13
7. Struktur BMT Pat Sepakat.....	14
8. Produk-produk BMT Pat Sepakat .....	15

B. Pembahasan .....	17
1. PengertianPemasaran.....	17
C. DefisitAnggaran .....	18
D. TeoriDefisitAnggaran.....	19
E. Faktor-faktor yang MempengaruhiDefisitAnggarandan Hubungannya.....	19
1. SebabTerjadinyaDefisitAnggaran .....	19
2. Faktor yang DapatMempengaruhiKeadaanKeuangan.....	22
F. KajianTeori.....	25
1. Karakteristik Personal.....	25
2. Karakteristik Usaha .....	25
3. KarakteristikPembiayaan.....	25
G. PenelitianTerdahulu.....	25
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A. RuangLingkupPenelitian .....	28
B. MetodePenelitian .....	28
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
A. PemasaranProdukpada BMT Pat Sepakat .....	38
B. Faktor yang Mempengaruhi BMT Pat SepakatMengalami DefisiAnggaran.....	55
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>64</b>
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan Bank Syari'ah belakangan ini tampaknya telah memicu berdirinya lembaga-lembaga keuangan lainnya seperti Asuransi Syariah, *Leasing* Syariah, Pegadaian Syariah, *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT), serta lembaga-lembaga keuangan lainnya yang tentunya akan semakin memurnikan sistem perekonomian di Indonesia.<sup>1</sup>

Perkembangan ekonomi syariah yang sangat pesat di Indonesia ditandai dengan berkembangnya lembaga keuangan syariah di Indonesia. Sebagai sebuah negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia dalam menjalankan roda perekonomiannya menggunakan prinsip ekonomi kerakyatan.

Ekonomi kerakyatan adalah bentuk keberpihakan kebijakan ekonomi pemerintah kepada rakyat dan juga merupakan pilihan yang tepat untuk mencapai kesejahteraan rakyat. Pengembangan ekonomi kerakyatan sendiri erat kaitannya dengan pengembangan ekonomi umat Islam. Dalam Undang-undang Dasar Tahun 1945 pada pasal 33 menyebutkan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Depok:PT. Rajagrafindo Persada, 2012). Hal.188

<sup>2</sup>Satria Agus Susilo, "*Manajemen Resiko Likuiditas di BMT ABC Jawa Timur*", <http://ejournal.unair.ac.id/index.php/JRSTT/article/view>, diakses tanggal 10 April 2019



Pada pasal diatas tersirat makna bahwa kemakmuran sosial lebih diutamakan dari pada kemakmuran individual. Koperasi sebagai salah satu lembaga keuangan bukan bank memiliki peranan yang penting dalam satu negara, khususnya negara yang sedang berkembang seperti Indonesia

Salah satu peran strategis koperasi ini yaitu pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat. Bentuk pengembangan kegiatan ekonomi lokal salah satunya dengan memberikan akses pendanaan kepada usaha mikro kecil dan menengah. Adapun salah satu lembaga keuangan non-bank yang berbadan hukum koperasi adalah Baitul Maal wa Tamwil (BMT). Secara konseptual, BMT memiliki dua fungsi utama, yaitu berkaitan dengan baitul Maal dan baitul tanwil. Secara harfiah, bait adalah rumah sedangkan maal maksudnya harta.

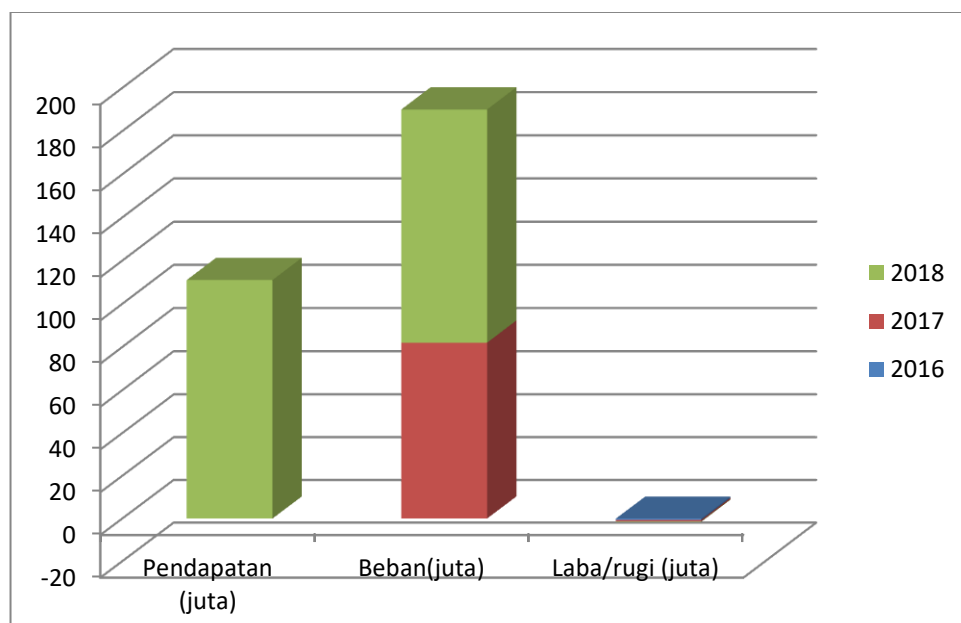
Kegiatan baitul maal menyangkut kegiatan dalam menerima titipan dana zakat, infaq dan sadaqah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya. Kedua, terkait dengan baitul tamwil, secara harfiah bait adalah rumah dan at-tamwil adalah pengembangan harta. Baitul tamwil melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kesejahteraan pengusaha mikro dan kecil melalui kegiatan pembiayaan dan menabung (berinvestasi).<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta,2009), hal. 18

BMT dapat menghimpun dana dari anggotanya dan disalurkan kembali dalam bentuk pembiayaan untuk mengembangkan usahanya dengan prinsip syariah.<sup>4</sup> BMT merupakan lembaga keuangan yang bertujuan untuk mengangkat derajat ekonomi masyarakat dilingkungan sekitar BMT, melalui pembinaan dan kegiatan bisnis yang sesuai dengan maqashid syariah.

Salah satu BMT yang ada di Kabupaten Rejang Lebong adalah BMT Pat Sepakat, yang didirikan sejak tahun 2014. BMT Pat Sepakat ini berada dilingkungan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dengan para pendiri yang terdiri dari para dosen, mahasiswa, alumni, dan staf atau karyawan IAIN Curup.



<sup>4</sup>*Ibid*, hal. 19

Dari pengamatan penulis, walaupun sudah berdiri cukup lama BMT Pat Sepakat belum mampu mencapai perkembangan yang signifikan hal ini dapat dilihat dari laporan keuangan yang menunjukkan kerugian selama 3 tahun terakhir yaitu pada tahun 2016-2018, dilihat dari laporan laba rugi per 31 Desember 2016 dimana jumlah pendapatan sebesar Rp. 45.475.924 dan jumlah beban sebesar Rp. 51.786.617 sehingga BMT Pat Sepakat mengalami kerugian sebesar Rp. 6.310.693. dan untuk tahun 2017 laporan laba rugi per 31 Desember jumlah pendapatan sebesar Rp. 75.367.472 dan jumlah beban sebesar Rp. 82.095.603 sehingga pada tahun 2017 BMT masih mengalami kerugian sebesar Rp. 6.728.131. Tak jauh beda dengan tahun-tahun sebelumnya, pada tahun 2018 BMT juga masih mengalami kerugian meskipun sudah sedikit membaik, yaitu hanya mengalami kerugian sebesar 2.2% yaitu Rp. 2.394.737 dari jumlah pendapatan sebesar Rp. 111. 289.650 dan jumlah beban mencapai Rp. 108.894.913.

Dari hasil laporan keuangan diatas dapat disimpulkan bahwa BMT Pat Sepakat mengalami *devisit* yang apabila tidak dilakukan perbaikan untuk kedepannya bisa berdampak fatal terhadap BMT itu sendiri. Defisit secara harfiah berarti adalah kekurangan dalam kas keuangan. Defisit biasa terjadi ketika suatu organisasi (biasanya pemerintah) memiliki pengeluaran lebih banyak daripada penghasilan. Lawan dari defisit adalah surplus. Terjadinya defisit anggaran diakibatkan oleh beberapa faktor penting, adakalanya ia terjadi karena anggaran yang memang kurang, dan

adakalanya pula cara atau metode pembiayaan yang mengakibatkan defisit.<sup>5</sup>

Dari hasil observasi awal, penyebab terjadinya devisa anggaran pada BMT Pat Sepakat disebabkan terjadinya kredit macet atau kredit bermasalah. Pada tahun 2016 dan 2017 banyak anggota BMT Pat Sepakat yang melakukan pembiayaan sedangkan pada tahun 2016 dan 2017 kondisi keuangannya pada saat itu sedang mengalami kesulitan. Namun semua ajuan pembiayaan tetap dapat di penuhi oleh BMT Pat Sepakat.<sup>6</sup>

Melihat latar belakang di atas peneliti tertarik meneliti lebih lanjut mengenai “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Devisa Anggaran pada BMT Pat Sepakat Tahun 2016-2018”.

## **B. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti memberikan batasan-batasan masalah agar peneliti lebih terarah dari topik yang dipersoalkan berdasarkan identifikasi masalah. Peneliti difokuskan mengenai apa saja faktor-faktor penyebab terjadinya devisa dan bagaimana upaya BMT Pat Sepakat dalam mengatasi devisa anggaran dan pembiayaan.

---

<sup>5</sup> Mulyadi Subri, Zainul Yuswar dan Basri, *Keuangan Negara dan Analisis Kebijakan Utang Luar Negeri*. Jakarta : Rajawali Press. 2005

<sup>6</sup> Rendra wijaya, *Administrasi BMT, Wawancara Pribadi*, Tanggal: 10 April 2019, Pukul: 10.00 WIB.



### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang diteliti adalah:

- a. Bagaimana pemasaran produk pada BMT Pat Sepakat?
- b. Apa saja yang mempengaruhi BMT Pat Sepakat mengalami defisit?

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bagaimana metode pemasaran produk pada BMT Pat Sepakat?
2. Mengetahui apa saja faktor-faktor yang menyebabkan BMT Pat Sepakat mengalami defisit anggaran, agar dapat mengetahui penyebab terjadinya permasalahan yang sedang dihadapi.

### **E. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat
  - a. Manfaat Teoritis
    - 1) Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan informasi untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang menyebabkan BMT Pat Sepakat mengalami defisit anggaran.

- 2) Untuk mengetahui bagaimana upaya BMT Pat Sepakat dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi.
- 3) Untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap BMT Pat Sepakat yang didirikan di kompleks Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang sudah ada.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi peneliti untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai BMT Pat Sepakat terutama dalam hal pengelolaan dana. Kemudian untuk menambah pengetahuan dibidang peneliti dan sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi meraih gelar sarjana di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
- 2) Bagi BMT Pat Sepakat penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan referensi bagi BMT Pat Sepakat dalam menghadapi kendala-kendala operasional dan pengembangan usaha.
- 3) Bagi IAIN Curup hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya dan selanjutnya dapat membantu untuk menemukan referensi dengan mudah dan jelas.
- 4) Bagi Masyarakat agar dapat memberikan penjelasan secara rinci kepada masyarakat agar lebih mengetahui mengenai pembiayaan yang ada di BMT Pat Sepakat.

## **F. Sistematika Penulisan**

Dalam menghasilkan tulisan yang baik, maka pembahasannya harus diuraikan secara sistematis. Untuk mempermudah penulisan yang teratur yang terbagi dalam bab-bab yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Adapun sistematika penulisan adalah:

**BAB PERTAMA:** Pendahuluan ini berisikan latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, penjelasan judul, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB KEDUA:** Landasan Teori berisi teori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi devisa anggaran pada BMT Pat Sepakat pada tahun 2016 dan 2017.

**BAB KETIGA:** Profil BMT Pat Sepakat Bab ini berisikan landasan Operasional BMT Pat Sepakat, visi dan Misi, Umum, dan sejarah Singkat serta kegiatan yang dilakukan dari BMT Pat Sepakat

**BAB KEEMPAT:** Hasil penelitian yang berupa penjelasan mengenai pemasaran produk pada BMT Pat Sepakat dan faktor yang mempengaruhi BMT mengalami devisa pada tahun 2016 hingga 2018.

**BAB KELIMA:** Penutup yang mana berisi mengenai kesimpulan yang diambil oleh peneliti dan saran yang diberikan oleh peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Pengertian BMT**

BMT merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu *baitulmal* dan *baitut tamwil*. *Baitulmal* lebih mengarah kepada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang nonprofit, seperti; zakat, infaq, dan sedekah. Adapun *baitut tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisah dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil maupun menengah dengan berlandaskan Islam.

Lembaga ini didirikan dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh pelayanan bank Islam atau BPR Islam. BMT memiliki pangsa pasar sendiri, yaitu masyarakat kecil yang tidak terjangkau layanan perbankan serta pelaku usaha kecil yang mengalami hambatan bila berhubungan dengan pihak bank.<sup>7</sup>

##### **2. Fungsi dan Peran BMT**

Adapun fungsi BMT diantaranya adalah:<sup>8</sup>

- a. Meningkatkan kualitas SDM anggota, pengurus, dan pengelolaan menjadi lebih profesional, salaam. (selamat, damai, dan sejahtera),

---

<sup>7</sup>Nurul Huda dan M. Heykal *Lembaga Keuangan Islam*. Edisi pertama. (Jakarta: media grafika. 2010) hal. 364

<sup>8</sup>*Ibid*, hal. 365



dan amanah sehingga semakin utuh dan tangguh dalam berjuang dan berusaha (beribadah) menghadapi tantangan global.

- b. Mengorganisasi dan memobilisasi dana sehingga dana yang dimiliki masyarakat dapat bermanfaat secara optimal di dalam dan di luar organisasi untuk kepentingan rakyat banyak.
- c. Mengembangkan kesempatan kerja.
- d. Mengukuhkan dan meningkatkan kualitas usaha dan pasar produk-produk anggota. Memperkuat dan meningkatkan kualitas lembaga-lembaga ekonomi dan sosial masyarakat.

Selain itu juga BMT memiliki beberapa peran, diantaranya adalah;<sup>9</sup>

- a. Menjauhkan masyarakat dari praktik ekonomi yang bersifat non islam. Aktif melakukan sosialisasi ditengah masyarakat tentang arti penting sistem ekonomi islam.
- b. Melakukan pembinaan dan pendanaan usaha kecil. BMT harus bersikap aktif menjalankan fungsi sebagai lembaga keuangan mikro.
- c. Melepaskan ketergantungan pada rentenir, masyarakat yang masih tergantung rentenir disebabkan rentenir mampu memenuhi keinginan masyarakat dala memenuhi dana dengan segera. maka dari itu BMT harus mampu melayani masyarakat lebih baik.
- d. Menjaga keadilan ekonomi masyarakat dengan distribusi yang merata.

---

<sup>9</sup>*Ibid*, hal. 366

dari penjelasan peran dan fungsi BMT di atas dapat disimpulkan bahwa BMT mampu meningkatkan SDM dan kualitas kerja dalam masyarakat supaya masyarakat itu tidak berhubungan dengan rentenir.

### **3. Sejarah Berdiri BMT Pat Sepakat**

BMT Pat Sepakat adalah suatu lembaga keuangan non bank yang menjalani kegiatan/aktivitas sesuai prinsip-prinsip syariah. Lokasi kantor BMT Pat sepakat sangatlah strategis, yaitu beralamatkan di Jalan Ak.Ghani Kotak Pos 108 Kelurahan Dusun Curup, Kecamatan Curup Utara, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu. tepatnya berada di Gedung Laboratorium Perbankan Syariah IAIN Curup.

BMT Pat Sepakat dikelola oleh tenaga kerja yang memahami prinsip-prinsip syariah, sehingga pengelola BMT Pat Sepakat berasal dari alumni Perbankan Syariah. Hal ini selain mempermudah pelaksanaan produk-produk yang dijalankan, juga memberikan motivasi bagi mahasiswa Perbankan Syariah untuk bisa direkrut dalam instansi lembaga keuangan non bank pada BMT Pat Sepakat.

Jumlah karyawan di BMT Pat sepakat saat ini hanya 2 (dua) orang, dikarenakan seorang karyawan pada bagian marketing telah mengundurkan diri. Sehingga kedua orang karyawan tersebutlah yang memiliki peran, dan tanggung jawab dari ketiga tugas tersebut. Adapun ketiga tanggung jawab tersebut adalah:

- a. Manager
- b. Petugas administrasi dan

### c. Marketing

Target utama dari BMT Pat Sepakat adalah berusaha untuk menegakkan syariat islam dengan menjalankan semua kegiatan dengan prinsip-prinsip syariah. Berusaha membantu masyarakat yang memiliki masalah dalam hal pembiayaan maupun dalam hal pendanaan. Adapun instansi ini diharapkan dapat mempermudah masyarakat dan bermanfaat bagi masyarakat.

## **4. Sejarah BMT Pat Sepakat**

Rencana berdirinya BMT pertama kali karena belum adanya lembaga keuangan syariah yang murni menjalankan prinsip-prinsip syariah, atau dengan kata lain bahwa lembaga keuangan yang ada saat ini belum membuktikan dan menunjukkan tujuan syariah yang jelas. Banyak lembaga keuangan yang menggunakan nama syariah, namun implementasi dalam kenyataan jauh dari kata syariah. Sehingga tujuan syariah itu sendiri tidak tercapai sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan ketentuan-ketentuan yang berlaku.

Perencanaan untuk mendirikan BMT sudah terfikirkan sejak tahun 2010, dimana pada tahun tersebut diadakan pelantikan pengelolaan BMT. Namun rencana yang telah dirancang sedemikian rupa belum dapat terealisasi dalam kenyataan. Penyebab belum terealisasinya BMT adalah salah satunya belum adanya calon pengelola khusus dari mahasiswa prodi

perbankan syariah, mengingat sebelumnya bahwa prodi perbankan syariah baru didirikan pada tahun 2008/2009.

Alasan kenapa prodi perbankan syariah memiliki BMT, dibanding dengan alternatif lembaga keuangan lainnya sebagai lembaga keuangan non bank di IAIN Curup. Karena untuk mendirikan BMT modal yang dibutuhkan minimal Rp. 20.000.000 (dua puluh juta rupiah) yang diprediksi tidak memberatkan bagi pendiri. Alasan lainnya adalah, jika yang didirikan BMT maka selain sebagai tempat praktek yang riil juga benar-benar lembaga keuangan yang terdaftar di kementerian agama.

Akhirnya pada tanggal 02 Mei 2014, diadakanlah rapat pendiri BMT Pat Sepakat di gedung aula prodi perbankan syariah, yang diikuti oleh 39 orang pendiri BMT Pat Sepakat dengan total modal sebesar Rp. 39.000.000 (tiga puluh sembilan juta rupiah). Dalam rapat, pendiri membahas tentang Anggaran Dasar Rumah Tangga (AD ART), mekanisme kerja BMT, sasaran, strategi, kebijakan dan program kerja. Nama Pat Sepakat yang digunakan sebagai identitas BMT mempunyai makna yang sangat mendalam. Dimana Pat Sepakat terdiri dari empat unsur yaitu dosen, mahasiswa, alumni, dan karyawan/staf. Keempat unsur yang berbeda ini sepakat mendirikan BMT dan benar-benar mendirikan prinsip syariah dengan tujuan memberantas riba. Setelah diadakan rapat pendiri, maka pada tanggal 30 Mei 2014 diadakan peresmian BMT Pat

sepakat dan operasional BMT Pat Sepakat dimulai pada tanggal 02 Juni 2014.<sup>10</sup>

## 5. Visi dan Misi

### a. Visi BMT Pat Sepakat

“menjadi lembaga keuangan syariah yang profesional, religius, dan mampu membangun potensi insani dalam rangka mewujudkan perekonomian umat yang berdasarkan syariat islam.”

### b. Misi BMT Pat Sepakat

“Memberikan kontribusi nyata dalam pembangunan melalui pemberian permohonan tentang perekonomian yang sesuai dengan syariat islam dan penerapan prinsip syari’ah dalam bermuamalah, mewujudkan lembaga keuangan syari’ah yang berbasis kejujuran, amanah, hemat, kerja keras, rukun dan kompak.”

### c. Motto BMT Pat Sepakat

“sepakat mengemban amanah menjauhi riba dan menuju hidup berkah.”<sup>11</sup>

## 6. SumberPermodalan BMT Pat Sepakat

Sumber dana yang diharapkan BMT pada umumnya dapat digolongkan dua jenis. *pertama*, permodalan yang diperoleh dari modal

---

<sup>10</sup>Rendra saputra (Pengelola BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, Tanggal 3 Februari 2020.

<sup>11</sup>Rendra saputra (Pengelola BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, Tanggal 3 Februari 2020

sendiri yang berupa simpanan, simpanan wajib, dan simpanan khusus sukarela. *kedua*, modal pihak luar. Disamping itu pembagian atas pemodalannya ini dapat didasarkan lamanya waktu penggunaan modal sesuai dengan waktu penggunaannya. Maka modal dapat digolongkan menjadi tiga jenis:

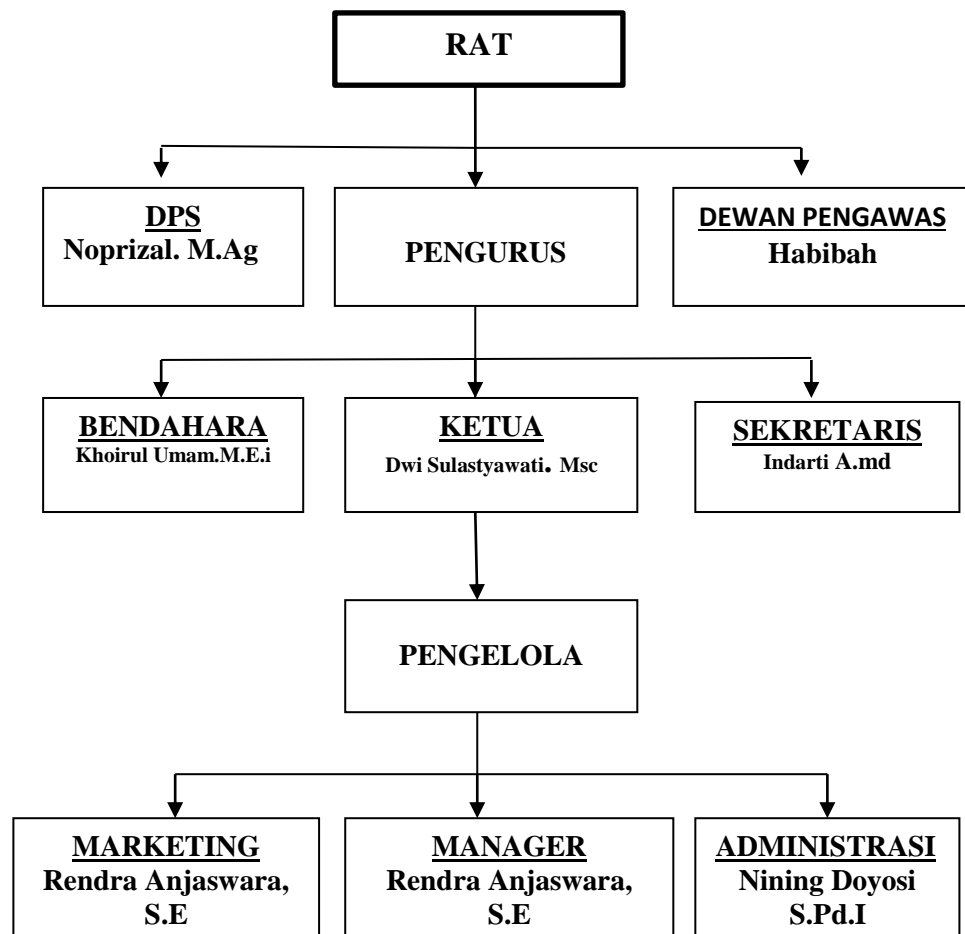
a. Sumber permodalan jangka pendek

- 1) Pinjaman uang dari anggota yang diwujudkan dalam bentuk simpanan/tabungan (simpanan hasanah abadi, simpanan masalah abadi)
- 2) Penyisihan hasil usaha untuk tujuan-tujuan tertentu.

b. Sumber Permodalan Jangka Panjang

Sumber ini bisa diperoleh dari modal luar atau modal sendiri( simpanan anggota barokah abadi).

7. Struktur BMT Pat Sepakat



## 8. Produk-Produk BMT Pat Sepakat

### a. Produk penghimpunan dana

Ada beberapa jenis produk penghimpunan dana di BMT Pat sepakat yaitu:<sup>12</sup>

- 1) Tabungan sepakat: yaitu tabungan yang menggunakan akad wadiah (titipan) yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat. Keuntungan yang diberikan berupa bonus sesuai dengan kebijakan BMT dan tidak diperjanjikan di awal.
- 2) Tabungan pendidikan sepakat, merupakan tabungan yang penarikannya dapat dilakukan dua kali dalam setahun. *Pertama* pada saat ajaran baru, *kedua* pada saat semester.
- 3) Tabungan idul fitri sepakat merupakan tabungan yang diperuntukkan untuk idul fitri. Penarikannya dapat dilakukan hanya sekali yaitu pada saat idul fitri.
- 4) Tabungan qurban/aqiqah sepakat merupakan tabungan yang tujuannya untuk keperluan hewan qurban/aqiqah. Penarikannya dapat dilakukan menjelang hari raya Idul Adha.
- 5) Tabungan walimah sepakat merupakan tabungan yang diperuntukkan untuk nasabah yang merencanakan. Penarikan dapat dilakukan satu kali, satu bulan menjelang pernikahan.

---

<sup>12</sup>Rendra saputra (Pengelola BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, Tanggal 3 Februari 2020



- 6) Tabungan umroh sepakat merupakan tabungan yang diperuntukkan untuk nasabah yang ingin melaksanakan umroh. Penarikan dapat dilakukan saat akan mengikuti umroh.
  - 7) Tabungan lebaran ceria merupakan tabungan yang diperuntukkan untuk nasabah yang merencanakan keperluan lebaran. Penarikannya dapat dilakukan sembilan bulan sekali dan aqad yang digunakan adalah aqad *wadiah*.
  - 8) Tabungan sister atau tabungan simpanan semester yaitu tabungan yang diperuntukkan untuk membayar SPP, dan kelebihan dari tabungan ini adalah nasabah akan dipermudah dalam pembayaran SPP dan tidak ada potongan.
  - 9) Deposito sepakat merupakan tabungan berjangka/investasi yang penarikannya dapat dilakukan setiap tiga bulan sekali, enam bulan sekali, satu tahun sekali, dua tahun sekali. Tergantung kesepakatan masing-masing.
- b. Produk pembiayaan
- 1) Pembiayaan prinsip bagi hasil
    - a) Pembiayaan *Mudharabah*, yaitu akad kerja sama antara BMT (*selaku pemilik modal*) dengan mitra (*selaku pengelola modal*) untuk mengelola usaha yang produktif dan halal. Keuntungan dibagi sesuai dengan kesepakatan nisbah perjanjian diawal.
    - b) Pembiayaan *Musyarakah* merupakan aqad kerja sama antara BMT dan mitra dimana sumber modal berasal dari kedu belah pihak dan keuntungannya sesuai dengan kesepakatan nisbah diawal perjanjian.

- 2) Pembiayaan dengan prinsip jual beli
  - a) Pembiayaan *murabahah* merupakan jual beli yang dilakukan BMT kepada nasabah dengan menyebutkan harga pokok dan margin yang diinginkan oleh pihak BMT. Dalam hal margin harus sesuai dengan kesepakatan masing-masing.
  - b) Pembiayaan *salam*
  - c) Pembiayaan *istishna*
- 3) Pembiayaan prinsip sewa
  - a) Ijarah, yaitu BMT menyewakan barang atau jasa kepada nasabah dengan harga sewa yang telah disepakati dan diangsur setiap bulan.
  - b) IMBT (*ijaroh muntahia bi tamlik*) yaitu akad sewa yang berakhir dengan kepemilikan. Biasanya di akhir angsuran BMT menghibahkannya kepada nasabah.
- 4) Pembiayaan dana kebijakan (sosial).

## **B. Pemasaran**

### 1. Pengertian Pemasaran

Asosiasi pemasaran Amerika memberikan definisi formal yaitu “pemasaran adalah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya”.

Kloter dan AB Susanto memberikan definisi pemasaran adalah<sup>13</sup> ” suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain”. Definisi ini berdasarkan pada konsep inti: kebutuhan, keinginan, dan permintaan, produk; nilai, biaya, kepuasan; pertukaran, transaksi, dan hubungan; pasar; pemasaran dan pasar.

Sehingga secara umum pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.<sup>14</sup>

### C. Defisit Anggaran

Defisit anggaran adalah situasi pengeluaran lebih besar dibandingkan pemasukan dalam hal keuangan. Baik dalam lingkup organisasi maupun negara.<sup>15</sup> defisit juga bisa diartikan dengan kekurangan keuangan dalam kas sebagai akibat pengeluaran yang lebih besar dari pada penghasilan. Jadi defisit dapat diartikan sebagai kekurangan dalam anggaran belanja.

Dalam suatu pengelolaan keuangan, ada satu hal yang sangat ingin di hindari yaitu defisit. Keadaan defisit pada BMT Pat sepakat sangat beresiko tinggi. Dari observasi awal, salah satu penyebab terjadinya defisit pada BMT Pat Sepakat dikarenakan terjadinya kredit macet.

---

<sup>13</sup>Philip Kloter dan AB Susanto. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat. 2000, h. 7

<sup>14</sup>*Ibid*

<sup>15</sup>Umar Basalim, *Kebijakan Fiskal Dan Moneter*, tahun 1993.

#### **D. Teori Defisit Anggaran**

Beberapa teori mengenai defisit anggaran sebagai berikut:

1. Teori Keynesian, Menurut para ekonom Keynesian 'menganggap adanya sumber daya pengangguran dan kendala kredit individu dalam ekonomi. Mereka adalah gagasan bahwa defisit anggaran bagus karena mereka efek multiplier terhadap perekonomian.
2. Peningkatan belanja pemerintah merangsang agregat permintaan yang mengarah pada penyediaan sumber daya yang tidak berfungsi dan dengan demikian meningkatkan output. Mereka menganjurkan penggunaan defisit anggaran selama periode penurunan ekonomi untuk meningkatkan permintaan agregat dan sehingga mengurangi masa pemulihan. Mereka merekomendasikan agar manajemen anggaran semestinya ikuti kondisi ekonomi.

#### **E. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Defisit Anggaran dan Hubungannya**

1. Sebab Terjadinya Defisit Anggaran

Menurut Barro (1989) ada beberapa sebab terjadinya defisit anggaran, yaitu:<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup>Khoirul Anwar, *Analisis Dampak Defisit Anggaran terhadap Ekonomi Makro di Indonesia*, Jejaring Administrasi Publik. Tahun VI., No. 2, Juli-Desember 2014

a. Mempercepat pertumbuhan ekonomi

Untuk mempercepat pembangunan diperlukan investasi yang besar dan dana yang besar pula. Apabila dana dalam negeri tidak mencukupi, biasanya negara melakukan pilihan dengan meminjam ke luar negeri untuk menghindari pembebanan warga negara apabila kekurangan itu ditutup melalui penarikan pajak. Negara memang di bebani tanggung jawab yang besar dalam meningkatkan kesejahteraan warga negaranya.

b. Pemerataan pendapatan masyarakat

Pengeluaran ekstra juga diperlukan dalam rangka menunjang pemerataan di seluruh wilayah, sehingga pemerintah mengeluarkan biaya yang besar untuk pemerataan pendapatan tersebut. Misalnya pengeluaran subsidi transportasi ke wilayah yang miskin dan terpencil, agar masyarakat di wilayah itu dapat menikmati hasil pembangunan yang tidak jauh berbeda dengan wilayah yang lebih maju.

c. Melemahnya nilai tukar

Bila suatu negara melakukan pinjaman luar negeri, maka negara tersebut akan mengalami masalah bila ada gejolak nilai tukar setiap tahunnya. Masalah ini disebabkan karena nilai pinjaman dihitung dengan valuta asing, sedangkan pembayaran cicilan pokok dan bunga pinjaman dihitung dengan mata uang negara peminjam tersebut. Misalnya apabila nilai tukar rupiah depresiasi terhadap

mata uang dollarAS, maka pembayaran cicilan pokok dan bunga pinjaman yang akan dibayarkan juga membengkak. Sehingga pembayaran cicilan pokok dan bunga pinjaman yang diambil dari APBN bertambah, lebih dari apa yang dianggarkan semula.

d. Pengeluaran akibat krisis ekonomi

Krisis ekonomi akan menyebabkan meningkatnya pengangguran, sedangkan penerimaan pajak akan menurun akibat menurunnya sektor-sektor ekonomi sebagai dampak krisis itu, padahal negara harus bertanggung jawab untuk menaikkan daya beli masyarakat yang tergolong miskin. Dalam hal ini negara terpaksa mengeluarkan dana ekstra untuk program-program kemiskinan dan pemberdayaan masyarakat terutama di wilayah pedesaan yang miskin itu.

e. Realisasi yang menyimpang dari rencana

Apabila realisasi penerimaan negara meleset dibanding dengan yang telah direncanakan, atau dengan kata lain rencana penerimaan negara tidak dapat mencapai sasaran seperti apa yang direncanakan, maka berarti beberapa kegiatan proyek atau program harus dipotong. Pemotongan proyek itu tidak begitu mudah, karena bagaimanapun juga untuk mencapai kinerja pembangunan, suatu proyek tidak bisa berdiri sendiri, tetapi adakaitannya dengan proyek lain. Kalau hal ini terjadi, negara harus

menutupkekurangan, agar kinerja pembangunan dapat tercapai sesuai dengan rencana semula.

f. Pengeluaran karena inflasi

Penyusunan anggaran negara pada awal tahun, didasarkan menurut standar harga yang telah ditetapkan. Harga standar itu sendiri dalam perjalanan tahun anggaran, tidak dapat dijamin ketepatannya. Dengan kata lain, selama perjalanan tahun anggaran standar harga itu dapat meningkat tetapi barang yang menurun. Apabila terjadi inflasi, dengan adanya kenaikan harga-harga itu berarti biaya pembangunan program juga akan meningkat, sedangkan anggaran tetap sama. Semuanya ini akan berakibat pada menurunnya kuantitas dan kualitas program, sehingga anggaran negara perlu direvisi. Akibatnya, negara terpaksa mengeluarkan dana dalam rangka menambah standar harga itu.

2. Faktor yang Dapat Mempengaruhi Keadaan Keuangan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keadaan keuangan pada BMT yaitu:<sup>17</sup>

- a. Pemikiran yang berkecenderungan negatif dan yang dibentuk oleh belenggu keyakinan yang keliru. Keyakinan yang keliru ini kerap membatasi badan usaha sulit untuk berkembang, meskipun peluang kearah perkembangan sudah terbuka lebar. Banyak orang tidak percaya bahwa BMT bisa berkembang menjadi perusahaan yang

---

<sup>17</sup><http://www.kompasiana.com/ruly-almunawary/peran-dan-kendala-bmt>. Diakses tanggal: 05 februari 2020, pukul: 15:21

mampu membangun kesejahteraan manajer atau karyawannya. Pemikiran seperti ini justru yang akan membelenggu perkembangan, dan terlanjur membentuk pemikiran dan mental pengurus serta karyawan BMT.

- b. Kejujuran dan transparansi amanah yang berpengaruh terhadap kredibilitas lembaga. Berdasarkan survey dilapangan banyak dana-dana zakat yang dikumpulkan oleh BMT malah digunakan untuk menutupi kredit macet. Karena menganggap nasabah yang macet itu sebagai gharimin. Hal ini membuat kepercayaan nasabah menjadi hilang.
- c. Dari sisi syariah sendiri, permasalahannya ada pada tenaga-tenaga BMT yang langsung terjun kelapangan umumnya belum mengerti secara dalam mengenai produk fiqh. Jadi mereka hanya mampu menerangkan apa yang sudah ada saja, dan tidak bisa menjawab pertanyaan yang ditanyakan oleh masyarakat.

## **F. Kajian Teori**

Pengelolaan dana pada BMT Pat sepakat dalam rangka melakukan pembiayaan kepada nasabah yang memberikan kemudahan akses permodalan terdapat beberapa hambatan. Adanya keterbatasan pada nasabah baik itu yang bersifat personal maupun manajemen usaha, memberikan resiko dalam kegiatan penyaluran pembiayaan yaitu berupa pengembalian debitur yang tidak lancar dan mengakibatkan tidak stabilnya posisi keuangan BMT.



Perputaran modal yang lambat akibat banyaknya tunggakan dari pengembalian yang bermasalah akan menyebabkan BMT mengalami kerugian. Selain itu adanya keterbatasan BMT baik berupa permodalan maupun prosedur penyaluran pembiayaan juga menjadi penentu tingkat keberhasilan pengembalian pembiayaan oleh nasabah.

Pengembalian pembiayaan terdiri dari karakteristik personal meliputi: usia, tingkat pendidikan, dan tanggungan dalam keluarga. Sedangkan karakteristik usaha meliputi: omzet usaha, dan pengalaman usaha. Kemudian karakteristik pembiayaan meliputi: nilai pinjaman.

Secara terinci mengenai pengaruh yang diduga berasal dari ketigakarakteristik tersebut dapat dijelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengembalian pembiayaan adalah sebagai berikut:<sup>18</sup>

#### 1. Karakteristik Personal

Faktor usia dipakai dengan pertimbangan bahwa semakin tinggi umurseseorang, maka akan mematangkan kemampuan berfikirnya. Dalam hal ini akan berpengaruh positif terhadap tingkat pengembalian pembiayaan. Tingkat pendidikan diduga berpengaruh positif dalam kelancaran pengembalian pembiayaan. Semakin tinggi tingkat pendidikan nasabah maka diperkirakan akan lebih baik pengetahuannya akan pentingnya pengembalian pembiayaan secara lancar. Tanggungan keluarga, semakin banyak tanggungan keluarga atau anggota keluarga lain yang menjadi tanggungan keluarga tersebut, maka akan semakin besar

---

<sup>18</sup>*ibid*

pengeluaran yang diperlukan. Semakin besar pengeluaran untuk keluarga, diduga akan mengurangi alokasi pembayaran untuk pengembalian kredit. Anggota keluarga diduga berpengaruh negatif terhadap tingkat pengembalian pembiayaan.

## 2. Karakteristik Usaha

Pengalaman usaha diduga berpengaruh positif terhadap keberhasilan pengembalian pembiayaan karena pengalaman usaha yang semakin lama dapat meningkatkan pemahaman dan kemampuan dalam mengelola usaha sehingga mendukung keberhasilan usaha yang digeluti. Keberhasilan usaha tersebut dapat menjamin perolehan pendapatan atau keuntungan sebagai sumber biaya hidup dan memberikan peluang kemampuan pengembalian pembiayaan secara lancar. Omzet usaha menentukan tingkat pendapatan pengusaha dari usaha yang dijalankannya. Semakin tinggi omzet usaha akan meningkatkan usaha, sehingga akan meningkatkan penghasilan yang dialokasikan untuk membayar pembiayaan. Omzet usaha berpengaruh positif terhadap tingkat pengembalian pembiayaan.

## 3. Karakteristik Pembiayaan

Nilai pinjaman yang diterima debitur diduga berpengaruh positif dengan keberhasilan pengembalian pembiayaan. Besarnya nilai pinjaman yang diterima oleh debitur akan mempengaruhi produktivitas debitur. Karena dengan nilai pinjaman yang besar maka debitur mempunyai kesempatan untuk mengembangkan usahanya. Dengan

meningkatnya produktivitas tersebut maka akan meningkatkan pendapatan debitur dan akan meningkatkan kelancaran pengembalian pembiayaan.

## G. Penelitian Terdahulu

Pada umumnya semua penulis memulai penelitian dengan cara menggali apa yang sudah dikemukakan atau sudah ditemukan oleh ahli-ahli sebelumnya, dapat dilakukan dengan mempelajari, mencermati, menelaah dan mengidentifikasi hal-hal yang sudah ada, untuk mengetahui apa yang sudah ada dan apa yang belum ada melalui laporan hasil penelitian yang akan ditulis oleh penulis, ada beberapa penelitian yang dikemukakan atau ditemukan oleh para ahli-ahli sebelumnya yaitu sebagai berikut:

*Siti Aminah* mahasiswa STAIN Curup, Prodi Perbankan Syariah yang mengkaji tentang “*Kendala-kendala Yang Dihadapi Dalam Kegiatan operasional Dan Pengembangan Usaha Pada BMT Pat Sepakat*” dimana bertujuan untuk mendeskripsikan tentang operasional dan pengembangan usaha di BMT Pat Sepakat dan untuk mendeskripsikan tentang kendala-kendala yang dihadapi BMT Pat Sepakat.<sup>19</sup>

*Sri Sarmini* mahasiswa IAIN Surakarta Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah mengkaji tentang “*preferensi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah Pada lembaga keuangan (studi Kasus Pada Nasabah BMT Amanah Boyolali*” dimana untuk mendeskripsikan tentang apa preferensi nasabah terhadap produk pembiayaan murabahah pada BMT Amanah dan

---

<sup>19</sup>Siti Aminah, “*Kendala-kendala Yang Dihadapi Dalam Kegiatan operasional dan Pengembangan Usaha Pada BMT Pat Sepakat*”, Skripsi, (Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Curup, Curup 2016).

faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk pembiayaan murabahah daripada produk lainnya di BMT Amanah Boyolali.<sup>20</sup>

*Lia Syukriyah Sa'roni* mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Prodi Muamalat (Ekonomi Islam) Fakultas Syariah Dan Hukum meneliti tentang “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan BMT Berkah Madani Cimanggis*” yang mana bertujuan untuk mengetahui bagaimana koefisien korelasi antar variabel bebas (rasa memiliki, manajerial, yang baik dan jaringan), untuk mngetahui seberapa besar pengaruh variabel memiliki, manajerial yang baik dan jaringan terhadap keberhasilan BMT, untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan BMT Berkah Madani.<sup>21</sup>

Dari ketiga penelitian diatas berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, jika Siti Aminah (STAIN Curup 2016), ingin mengetahui kendala-kendala yang dihadapi dalam kegiatan operasional dan pengembangan usaha pada BMT Pat Sepakat. kemudian perbedaan dengan penelitian yang dilakukan dengan Sri Sarmini (IAIN Surakarta 2018) preferensi nasabah terhadap produk pembiayaan murabahah pada lembaga keuangan (studi kasus pada nasabah BMT Amanah Boyolali). Dan penelitian yang dilakukan oleh Lia Syukriyah Sa'roni (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2010) analisis faktor-faktor yang memepengaruhi keberhasilan BMT Berkah Madani Cimanggis.

---

<sup>20</sup>Sri Sarmini,  
 “*Preferensi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah Pada Lembaga Keuangan (Studi Kasus Pada Nasabah BMT Amanah Boyolali)*”, Skripsi,  
 (Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah, IAIN Surakarta, Surakarta 2018).

<sup>21</sup>Lia Syukriyah Sa'roni , “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan BMT Berkah Madani Cimanggis*”, Skripsi, (Program Studi Muamalat (Ekonomi Islam) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta 2010).

Dari beberapa penelitian diatas, yang membedakan dengan penelitian ini adalah peneliti ini terfokus pada faktor-faktor yang menyebabkan BMT mengalami devisa anggaran dalam pengelolaan dana pada tahun 2016 dan 2018. Saya memilih melakukan penelitian pada tahun 2016 hingga tahun 2018 karena pada tahun-tahun ini adalah tahun dimana kondisi keuangan BMT sedang mengalami kesulitan keuangan. Seperti modalnya yang sangat minim dan juga kondisi keuangannya bergerak lambat, namun ternyata usulan pembiayaan tetap dipenuhi.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini mengambil tempat pada BMT Pat Sepakat yang beralamatkan di Jalan Ak.Ghani Kotak Pos 108 Kelurahan Dusun Curup, Kecamatan Curup Utara, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu. tepatnya berada di Gedung Laboratorium Perbankan Syariah IAIN Curup. Penulisan dilakukan dengan mencari data sekunder tentang BMT Pat Sepakat dan data primer yang diperoleh dari pengurus, pengelola, DPS dan nasabah BMT Pat Sepakat melalui wawancara. Penulisan ini akan meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi defisit anggaran pada BMT Pat sepakat.

#### **B. Metode Penelitian**

Untuk melengkapi penulisan penelitian ini dengan tujuan agar dapat lebih terarah dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah, maka metode penelitian yang digunakan antara lain :

##### **1. Jenis Penelitian**

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. “Penelitian kualitatif yang dimaksud, sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau

bentuk hitungan lainnya”.<sup>22</sup> Data biasanya didapat dari wawancara yang bersifat subjektif sebab data tersebut dapat ditafsirkan lain oleh orang yang berbeda. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif analisis yaitu penulis menggunakan data-data yang ada kemudian dianalisis lebih lanjut untuk kemudian ditarik kesimpulan.

## 2. Subjek Penelitian

Subjek adalah “sebagai fokus yang akan diteliti”.<sup>23</sup> Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa subjek atau informasi adalah dari informan dari fokus penelitian yang dianggap dapat mewakili yang diteliti. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif sehingga diperlukan subjek atau informan penelitian. Subjek atau informan penelitian ini diambil dari pengurus sebanyak 3 orang, DPS 1 orang, pengelola sebanyak 2 orang dan nasabah yang berada di BMT Pat Sepakat Kabupaten Rejang Lebong sebanyak 10 orang. Jumlah sampel (informan) yang diambil dapat disesuaikan hingga informasi yang diinginkan dapat diperoleh.

## 3. Sumber Data

---

<sup>22</sup> Anselm Strauss Dan Juliet Corbin, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*.(Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2003, h. 4

<sup>23</sup> Amirudin Hadi dan Haryono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*.(Jakarta:Pustaka Setia, 1998)

- a. Data Primer: data yang diambil atau dihimpun langsung oleh peneliti melalui wawancara dengan informan-informan dan observasi terhadap objek penelitian.
- b. Data Sekunder: data yang diperoleh dari laporan-laporan atau data-data yang dikeluarkan dan literatur-literatur kepustakaan seperti buku-buku, serta sumber lainnya yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang valid maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data penelitian diantaranya sebagai berikut:

- a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data untuk menghimpun data penelitian melalui penelitian pengamatan. Dalam penelitian ini observasi lapangan dilakukan pada objek penelitian yaitu BMT Pat Sepakat yang berada di kompleks kampus IAIN Curup.

- b. Wawancara

Dengan melakukan wawancara yang mendalam (*indept interview*), peneliti dapat memperoleh data yang lebih banyak sehingga penulis dapat memahami budaya bahasa dan ekspresi



pihak yang diwawancarai, dan dapat melakukan klarifikasi atas hal-hal yang tidak diketahui.<sup>24</sup>

Wawancara yang dimaksud adalah wawancara secara langsung dengan pengurus, DPS, pengelola, dan anggota BMT Pat Sepakat. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang paling dominan, yang mana untuk menjamin keabsahan dan kesahihan data yang digunakan ini.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah ditunjukkan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, dokumen, data yang relevan pada penelitian.<sup>25</sup> Dokumentasi ini digunakan untuk mengumpulkan data atau dokumen yang berhubungan dengan kondisi objektif tempat penelitian yaitu BMT Pat sepakat.

d. Studi Kepustakaan

Metode ini digunakan untuk memperoleh data dari sumber-sumber bacaan, seperti: jurnal, buku, majalah, internet, dan lain-lain. Dari hasil studi kepustakaan ini penulis akan mendapatkan informasi mengenai teori tentang kinerja, dan lain-lain yang berguna dalam penelitian landasan teori pada skripsi ini.

## 5. Teknik Analisis Data

---

<sup>24</sup> *Ibid*

<sup>25</sup> Riduan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, (Bandung: Alfabeta Cv 2005),

Analisis penelitian yang akan dilakukan adalah menulis data sekunder dan identifikasi faktor yang mempengaruhi defisit anggaran dengan menggunakan model *fishbone diagram*. Fishbone diagram (diagram tulang ikan) sering juga disebut Cause-and-Effect Diagram diperkenalkan oleh Dr. Kaoru Ishikawa, seorang ahli pengendalian kualitas dari Jepang, sebagai satu dari tujuh alat kualitas dasar (7 basic quality tools). Fishbone diagram digunakan ketika kita ingin mengidentifikasi kemungkinan penyebab masalah dan terutama ketika sebuah team cenderung berfikir pada rutinitas.<sup>26</sup> Tujuannya adalah mengidentifikasi akar masalah penyebab defisit anggaran yang dialami BMT dan langkah yang diambil pengelola untuk mengatasi permasalahan.

Penelitian ini ingin mengetahui faktor penyebab terjadinya defisit anggaran pada BMT Pat sepakat. Untuk itu penelitian menguraikan faktor penyebab tersebut menggunakan *fishbone diagram*. Data yang akan dipergunakan adalah neraca laba rugi akhir tahun selama tahun (2016-2018) pada BMT Pat Sepakat.

#### 6. Alur penelitian

Alur penelitian ini dimulai dari pemilihan objek penelitian yaitu BMT Pat sepakat yang berada di kompleks kampus IAIN Curup yang dipilih berdasarkan hasil kinerja keuangan dan manajemennya. Selanjutnya atas dasar perumusan masalah dilakukan kategorisasi faktor

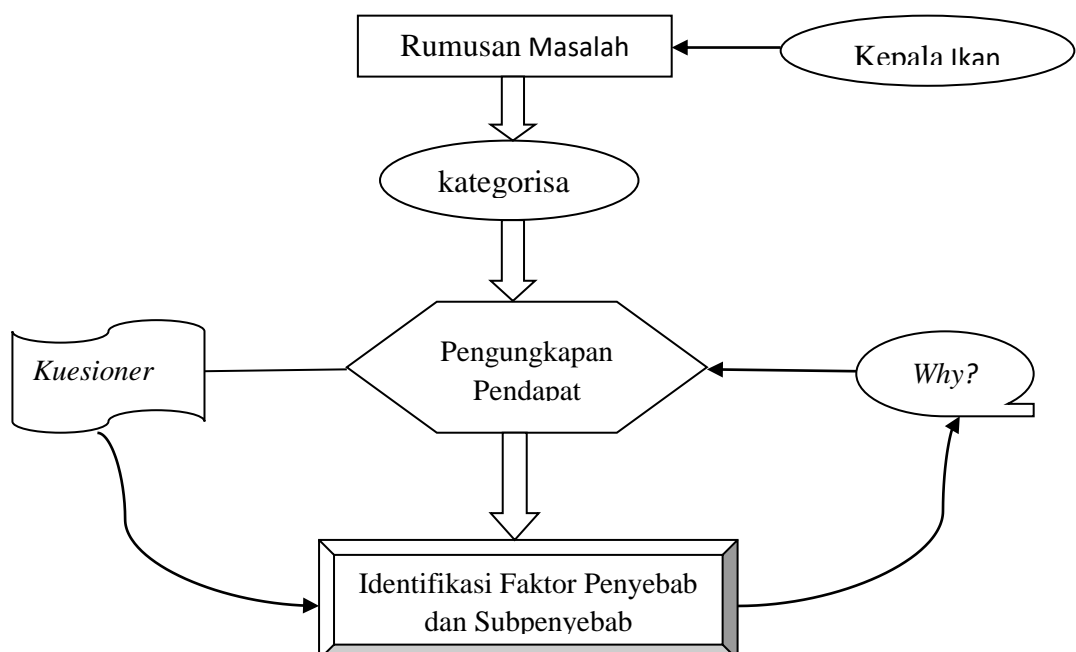
---

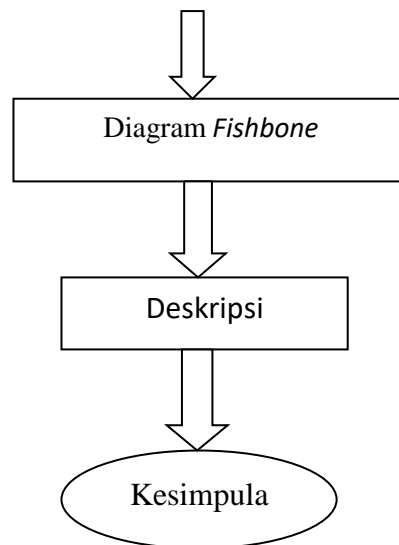
<sup>26</sup> Jurnal:

penyebab dari permasalahan penelitian, yaitu *managment*, *methods*, dan *money*.

Selanjutnya berdasarkan data keuangan di BMT Pat Sepakat, dipilih 3 (tiga) tahun terakhir yang perkembangan keuangannya kurang baik, hingga mengalami kerugian. Untuk mengetahui bagaimana metode pemasaran dan penyebab defisit anggaran tersebut, dilakukan pengungkapan pendapat yang melibatkan 3 orang pengurus, 2 orang pengelola, dan 10 orang nasabah mengenai faktor penyebab terjadinya defisit anggaran pada BMT Pat sepakat.

Gambar 3.1 Alur Penelitian





Hasilnya adalah pernyataan-pernyataan tentang faktor yang mempengaruhi defisit anggaran dan metode. Selanjutnya hasil kuesioner dikuantifikasi dan disusun dalam bentuk diagram (*fishbone diagram*), selanjutnya analisis data sekunder (data keuangan), dan deskripsi.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Pemasaran produk pada BMT Pat Sepakat**

Apabila terdengar kata pemasaran sering kali dikaitkan oleh banyak pihak dengan penjualan (*sales*), *sales promotion girl*, iklan, promosi, atau produk. Bahkan sering kali orang menyamakan posisi *marketer* (pemasar) dengan *sales* (penjual). Namun sebenarnya pemasaran tidaklah sesempit yang diidentikkan oleh banyak orang, karena pemasaran berbeda dengan penjualan. Pemasaran lebih merupakan “suatu seni menjual produk”, sehingga pemasaran proses penjualan yang dimulai dari perancangan produk sampai dengan setelah produk tersebut terjual. Berbeda dengan penjualan yang hanya berfokus pada terjadinya transaksi penjualan barang atau jasa.

Dunia pemasaran sering pula diidentikkan dengan dunia yang penuh janji manis namun belum tentu terbukti apakah produknya sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Inilah yang harus dibuktikan dalam suatu manajemen pemasaran syariah baik pada penjualan produk barang atau jasa, bahkan pemasaran syariah bukanlah dunia yang penuh dengan tipu menipu. Sebab pemasaran syariah merupakan tingkatan paling tinggi dalam pemasaran, yaitu *spiritual marketing*, dimana etika, nilai-nilai, dan norma dijunjung tinggi. Hal-hal inilah yang sering kali dilanggar oleh dalam pemasaran konvensional, sehingga menyebabkan konsumen pada

akhirnya banyak yang kecewa pada produk barang atau jasa yang telah dibeli karena berbeda dengan apa yang telah dijanjikan oleh pemasaran.

Apa yang membedakan pemasaran bank dengan pemasaran produk lainnya. Tidak ada yang terlalu membedakan antara pemasaran bank dengan produk lainnya, melainkan karakteristik produknya, dimana produk yang dijual oleh bank adalah lebih bersifat jasa dan bukan barang. Sehingga produk yang dijual sedikit abstrak atau tidak dapat dilihat secara nyata namun tetap dapat dirasakan oleh nasabah. Karena perbedaan tersebut strategi pemasaran yang diterapkan haruslah yang tepat yaitu strategi pemasaran bagi produk jasa.<sup>27</sup>

BMT dalam pelaksanaan tugasnya tidak terlepas dari penghimpunan dana dan penyalur dana. Dua fungsi ini merupakan bagian dari fungsi manajemen BMT, agar usaha BMT menjadi lebih berkembang, pengurus harus memiliki kemampuan dan strategi pendanaan yang jitu. Dalam hal manajemen penghimpunan, prinsip utama yang paling penting adalah bagaimana menimbulkan kepercayaan dari masyarakat terhadap BMT dan hal ini berkaitan erat dengan kinerja. Penyaluran dana dalam BMT adalah suatu transaksi penyediaan dana kepada anggota atau calon anggota yang tidak bertentangan dengan syariah, juga tidak termasuk jenis penyalur dana yang dilarang secara hukum positif. Penyaluran dana memiliki fungsi meningkatkan daya guna, peredaran dan lalu lintas uang anggota atau calon anggota, meningkatkan aktivitas investasi BMT

---

<sup>27</sup> M. Nur Rianto Al Arif, S.E., M.Si, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta. Cet. Ke 2, h. 5

dan sebagai sumberpendapatan terbesar BMT. Dalam mengelola dana anggota, BMT harusmemiliki komitmen dan integritas terhadap prinsip muamalah. Olehkarena itu, dalam proses penyalurannya harus diawasi sertamemperhitungkan prinsip kehati-hatian secara sehat dan benar. Penyalurandana oleh BMT ini dapat dibedakan berdasarkan tujuan penggunaan danjenis pembiayaan. Pembiayaan modal kerja, pembiayaan investasi, danpembiayaan multiguna.<sup>28</sup>

*Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) adalah lembaga keuangan non bank yang berbasis syariah. Konsep pemasaran syariah sendiri sebenarnya tidak berbeda jauh dari kokonsep nsep pemasaran yang kita kenal. Konsep pemasaran yang ita kenal sekarang, pemasaran adalah sebuah ilmu dan seni yang mengarah pada proses penciptaan, penyampaian, dan pengkomunikasian *value* kepada para konsumen serta menjaga hubungan dengan para *stakeholdernya*. Namun pemasaran searang menurut Hermawan juga ada sebuah kelirumologi yang diartikan untuk membujuk orang belanja sebanyak-banyaknya atau pemasaran yng pada akhirnya membuat kemasan sebaik-baiknya padahal produknya tidak bagus atau membujuk dengan segala cara agar orang mau bergabung dan belanja. Berbeda dengan pemasaran syariah yang mengajarkan pemasar untuk jujur pada konsumen atau orang lain. Nilai-nilai syariah mencegah pemasar terperosok pada kelirumologi itu tadi karena ada nilai-nilai yang harus dijunjung oleh seorang pemasar.

---

<sup>28</sup>Nurul Huda,Purnama Putra,dkk, *Baitul Maal wattamwil* (Jakarta : AMZAH, 2016), h.35

Pemasaran syariah bukan hanya sebuah teknik pemasaran yang ditambahkan syariah karena ada nilai-nilai lebih pada marketing syariah saja, tetapi lebih jauh marketing berperan dalam syariah dan syariah berperan dalam pemasaran.

Pemasaran berperan dalam syariah diartikan perusahaan yang berbasis syariah diharapkan dapat bekerja dan bersikap profesional dalam dunia bisnis, karena dengan profesionalitas dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen. Syariah berperan dalam pemasaran bermakna suatu pemahaman akan pentingnya nilai-nilai etika dan moralitas pada pemasaran, sehingga diharapkan perusahaan tidak akan serta-merta menjalankan bisnisnya demi keuntungan pribadi saja ia juga harus berusaha untuk menciptakan dan menawarkan bahkan dapat mengubah suatu values kepada para stakeholders sehingga perusahaan tersebut dapat menjaga keseimbangan laju bisnisnya sehingga menjadi bisnis yang stabil dan berkelanjutan.

Konsep pemasaran syariah saat ini baru berkembang seiring berkembangnya ekonomi syariah. Beberapa perusahaan dan bank khususnya yang berbasis syariah telah menerapkan ini dan telah mendapatkan hasil yang positif. Secara umum pemasaran syariah adalah disiplin strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari inisiator kepada *stakeholdernya* yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam islam. artinya dalam pemasaran syariah, seluruh proses, baik



proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan niat, tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Ada 4 karakteristik yang terdapat pada marketing syariah:<sup>29</sup>

a. Ketuhanan (*rabbaniyah*)

Salah satu ciri khas pemasaran syariah adalah sifatnya yang religius. Jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syariah yang bersifat ketuhanan merupakan hukum yang paling adil, sehingga akan mematuhi dalam setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan. Dalam setiap langkah, aktivitas, dan kegiatan yang dilakukan harus selalu menginduk kepada syariat islam. pemasaran syariah meyakini bahwa hukum-hukum ketuhanan ini adalah hukum yang paling ideal, paling sempurna, paling tepat untuk segala bentuk kebaikan serta paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan.

Seorang pemasar syariah meskipun ia tidak mampu melihat Allah, ia akan selalu merasa bahwa Allah senantiasa mengawasinya. Sehingga ia akan mampu untuk menghindari segala macam perbuatan yang menyebabkan orang lain tertipu atas produk-produk yang dijualnya. Sebab seorang pemasar syariah akan selalu merasa bahwa setiap perbuatannya yang dilakukan akan dihisab dan dimintai pertanggung jawabannya kelak pada hari kiamat.

---

<sup>29</sup>Muhammad Syakir Sula dan Hermawan Kertajaya, *Syariah Marketing*, Jakarta: Mizan.2005

b. Etis (*akhlaqiyyah*)

Keistimewaan yang lain dari syariah marketer adalah mengedepankan masalah akhlak dalam seluruh aspek kegiatannya. Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli dari agama manapun, karena hal ini bersifat universal.

c. Realistis (*al-waqi'yyah*)

Syariah marketing bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti modernitas, dan kaku, melainkan konsep pemasaran yang fleksibel. syariah marketer bukanlah berarti para pemasar itu harus berpenampilan ala bangsa Arab dan mengharamkan dasi. Namun syariah marketer haruslah tetap berpenampilan bersih, rapi dan bersahaja apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakan. sifat realistis dikarenakan pemasaran syariah sangat fleksibel dan luwes dalam tafsir hukum dan implementasinya terhadap pemasaran konvensional.

d. Humanistis (*insaniyyah*)

Keistimewaan yang lain adalah sifatnya humanistis universal. Pengertian humanistis adalah bahwa syariah menciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewanannya dapat terekekang dengan panduan syariah. Syariah islam adalah syariah humanistis, diciptakan untuk manusia sesuai dengan

kapasitasnya tanpa memperdulikan ras, warna kulit, kebangsaan, dan status. Sehingga syariah marketing bersifat universal. Marketing syariah yang humanistik diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan agama, suku, ras, warna kulit, kebangsaan dan status.

Sejauh ini, dalam melakukan pemasaran BMT Pat Sepakat masih belum bisa maksimal. terbukti hingga saat ini masih banyak mahasiswa-mahasiswa bahkan dosen yang belum mengetahui tentang BMT Pat Sepakat itu sendiri, seperti yang dijelaskan oleh bapak Andriko, M. Sy. selaku salah satu pengurus BMT Pat Sepakat.<sup>30</sup>

Upaya BMT dalam memasarkan produk saat ini masih belum maksimal, produk-produk yang ada di BMT itu belum diketahui banyak orang bahkan jajaran yang masih diutamakan itu adalah dosen-dosennya, mahasiswa-mahasiswa yang ada di prodi kita, ada dosen-dosen baru yang belum tau. Artinya yang perlu dilakukan adalah gencar melakukan promosi produk-produk BMT, terutama diprodi kita perbankan syariah dan di seluruh fakultas yang ada di IAIN ini. Yang bapak lihat masih belum maksimal, untuk pemasaran melalui facebook itu sudah ada, adapun lewat whatsapp itu Cuma anggota-anggota yang memang sudah menjadi anggota BMT. Paling pemasarannya Cuma melalui tatap muka (dari mulut kemulut), atau manajernya langsung yang seharusnya memperkenalkan produk BMT kepada mahasiswa. Untuk pemasaran produk BMT ini masih sangat belum maksimal.

Untuk dapat melakukan pemasaran yang baik, BMT haruslah memiliki konsep pemasaran yang sesuai dengan pemasaran produk jasa,

---

<sup>30</sup>Andriko, M.Sy,( Pengurus), *Wawancara*, Tanggal: 10 April 2019, Pukul: 11:05

agar dapat meningkatkan penghimpunan dan melakukan pembiayaan dengan baik sehingga tidak terjadi defisit anggaran.

Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih. Konsep inti dari kegiatan pemasaran ialah,<sup>31</sup>

#### 1. Kebutuhan, keinginan dan permintaan

Konsep paling dasar yang melandasi pemasaran adalah kebutuhan manusia. Manusia mempunyai banyak kebutuhan yang kompleks. Kebutuhan secara umum terbagi atas kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Semua ini termasuk kebutuhan fisik dasar akan makanan, pakaian, keamanan, kebutuhan sosial akan rasa memiliki dan kasih sayang, dan kebutuhan individual akan pengetahuan dan mengekspresikan diri. Semua kebutuhan ini tidak diciptakan oleh pemasar, semuanya merupakan bagian mendasar manusia. Sifat dari kebutuhan adalah *sunatullah*, artinya sudah *built-in* dalam setiap diri manusia.

Keinginan ini adalah bentuk kebutuhan manusia yang dihasilkan oleh budaya dan kepribadian individual. Manusia mempunyai keinginan yang nyaris tanpa batas tetapi sumber daya yang dimilikinya terbatas. Jadi, mereka ingin memilih produk yang

---

<sup>31</sup>*Ibid*, h. 7-10

memberi nilai dan kepuasan paling tinggi untuk sumber daya yang mereka miliki, manusia menciptakan permintaan akan produk dengan manfaat yang mampu memberikan kepuasan paling tinggi. Sehingga setiap orang mempunyai keinginan yang dapat berbeda antar individu satu dengan individu lainnya. Masalah yang muncul dalam ilmu ekonomi adalah keinginan yang tak terbatas namun dibatasi oleh sumber daya yang terbatas, sehingga timbullah masalah kelangkaan akibat *lagu* yang terjadi antara keinginan dan sumber daya.

Permintaan adalah keinginan manusia yang didukung oleh daya beli. Konsumen memandang produk sebagai kumpulan manfaat dan memilih produk dengan memberikan umpulan terbaik untuk uang yang mereka keluarkan. Setiap orang dapat memiliki banyak keinginan, namun tidak semua keinginan tersebut menjadi suatu permintaan apabila tidak tersertai dengan daya beli atas keinginan tersebut. Kita mungkin bisa menginginkan mobil sekelas “ferrari”, namun karena kita tidak mempunyai daya beli atas produk tersebut belum dapat dikatakan sebagai permintaan. Jadi dalam hal ini pemasaran merupakan proses sosial manajerial yang menjadi sarana sebagai individu dan kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain.

## 2. Produk (jasa barang)

Manusia memuaskan kebutuhan dan keinginan dengan produk. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Istilah produk mencakup barang fisik, jasa, dan berbagai sarana lain yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Proses pendefinisian produk ini akan mempengaruhi strategi pemasaran yang akan digunakan, sebab pemasaran barang akan berbeda dengan pemasaran jasa. Dalam pembahasan mengenai pemasaran bank, strategi pemasaran produk yang digunakan adalah strategi pemasaran jasa.

Perusahaan harus mampu menciptakan suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta yang mampu memberikan kepuasan paling tinggi terhadap konsumen. Produk yang berkualitas tinggi akan mampu memberikan kepuasan lebih tinggi kepada konsumen. Produk yang dijual pada industri perbankan adalah produk yang sifatnya jasa, sehingga pemasar harus mampu melakukan inovasi pemasaran yang cocok untuk pemasaran jasa.

### 3. Nilai, biaya, dan kepuasan

Setelah mengetahui keinginan dan kebutuhan akan barang dan jasa, konsumen akan dihadapkan pada jajaran produk dan jasa yang beraneka ragam. Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan

nilai kegunaan. Nilai kegunaan mempunyai dampak langsung pada prestasi produk dan kepuasan pelanggan. Nilai dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara nilai yang dinikmati pelanggan karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya untuk memiliki produk tersebut. Nilai disini ada yang diartikan sebagai nilai nominal, yaitu harga dari produk tersebut. Dan ada nilai intrinsik yaitu nilai guna dari produk tersebut. Sementara kepuasan pelanggan adalah apa yang didapat oleh konsumen dibandingkan dengan persepsi konsumen atas produk tersebut.

#### 4. Pertukaran, transaksi, dan hubungan

Pemasaran terjadi ketika orang memutuskan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan lewat pertukaran. Pertukaran yang merupakan konsep inti dari pemasaran, mencakup perolehan produk yang diinginkan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai gantinya. Sifat pertukaran merupakan sifat *sunatullah* dari manusia, terlihat dari bentuk pertukaran yang dilakukan mulai dari *barter* (pertukaran barang dengan barang) sampai dengan pertukaran barang dengan uang seperti yang kita lakukan saat ini dalam melakukan transaksi sehari-hari. Pertukaran disini dapat pula bermakna pertukaran manfaat produk yang dimiliki perusahaan kepada konsumen.

Supaya muncul suatu potensi pertukaran, lima persyaratan berikut harus dipenuhi;

- a. Sekurang-kurangnya ada dua pihak yang melakukan pertukaran,
- b. Masing-masing pihak memiliki suatu produk yang bernilai untuk dapat ditukarkan dengan pihak lain,
- c. Masing-masing pihak mampu berkomunikasi dan menyerahkan sesuatu,
- d. Masing-masing pihak bebas untuk menerima atau menolak tawaran untuk melakukan pertukaran.
- e. Masing-masing pihak yakin bertransaksi merupakan cara yang tepat dan diinginkan.

#### 5. Pasar

Konsep pertukaran mengarah ke konsep suatu pasar, dimana pasar adalah perangkat pembeli yang aktual dan potensial dari sebuah produk. Ukuran suatu pasar tergantung pada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan, mempunyai sumber daya untuk terlibat dalam pertukaran dan bersedia menawarkan sumber daya. Untuk mencapai pasar sasaran, ada tiga jenis saluran pemasaran. Saluran pemasaran yang dapat digunakan adalah *saluran komunikasi, saluran distribusi, dan saluran jasa*. Saluran komunikasi yang digunakan untuk menyerahkan dan menerima pesan dari pembeli sasaran. Saluran komunikasi meliputi surat kabar, radio, reklame dan berbagai media lainnya. Saluran distribusi digunakan untuk memamerkan atau menyerahkan produk fisik atau jasa kepada pembeli atau pengguna, termasuk distributor, subdistributor,



grosir,agen,dan pengecer. Saluran jasa digunakan untuk melakukan transaksi dengan pembeli potensial, mencakup pergudangan, perusahaan angkutan, perbankan, dan perusahaan asuransi yang memudahkan transaksi.

#### 6. Pemasaran, pemasar, dan prospek

Pemasaran berarti mengolah pasar untuk menghasilkan pertukaran dengan tujuan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Dalam situasi biasa pemasaran mencakup melayani pasar pengguna akhir bersama pesaing. Perusahaan dan pesaing mengirimkan produk dan pesan mereka langsung kepada konsumen atau lewat perantara pemasaran kepada pengguna akhir. Sehingga pemasaran titik kuncinya adalah proses pertukaran yang terjadi antara dua pihak atau lebih. Suatu proses pemasaran tidak dapat berjalan apabila adanya kehadiran seorang pemasar. Jika suatu pihak lebih aktif dalam mengusahakan terjadinya pertukaran dibandingkan dengan pihak lain, kita menamakan pihak pertama sebagai pemasar dan pihak kedua sebagai prospek atau calon pembeli.

Sejauh ini BMT Pat sepakat telah memiliki konsep pemasaran yang sesuai dengan konsep pemasaran pada umumnya, adapun strategi pemasaran yang dilakukan BMT Pat sepakat dalam meningkatkan modal dan penyaluran pembiayaan

##### 1. Menentukan segmentasi pasar produk dan layanan BMT Pat sepakat

Segmentasi yang dilakukan di BMT Pat sepakat yaitu dengan melihat peluang dan kebutuhan yang berbeda-beda, pola pembelian yang berbeda-beda, respon tanggapan yang berbeda-beda terhadap berbagai macam penawaran. Adapun kelompok yang menjadi segmen di BMT Pat sepakat diantaranya para dosen, mahasiswa, alumni, dan staf atau karyawan IAIN Curup. Segmen diatas sesuai dengan wawancara ketua BMT Pat sepakat, bapak Noprizal M.Ag:<sup>32</sup>

Upaya BMT saat ini masih sebatas dilingkungan IAIN saja, yaitu diantaranya para dosen, mahasiswa, alumni, dan staf atau karyawan IAIN ini saja. Kenapa tidak keluar karena lembaga keuangan ini kan beresiko besar, kalo segmennya orang luar analisis 5c-nya pasti berbeda. Dari sisi karakter untuk orang luar itu sulit untuk kita fahami, tapi kalo di dalam ruang lingkup IAIN inikita kan sudah tau bagaimana karakternya.

## 2. Melakukan kegiatan pemasaran sesuai target pasar

Kegiatan pemasaran pada BMT Pat Sepakat yaitu meliputi orang-orang yang ada dilingkungan IAIN curup, yaitu meliputi mahasiswa, dosen, alumni dan staf serta karyawan yang bekerja di lingkungan IAIN curup ini. Mereka adalah segmen yang difokuskan oleh BMT Pat sepakat, sesuai dengan namanya Par sepakat yang artinya kesepakatan dari empat golongan yaitu dosen, mahasiswa, alumni dan karyawan IAIN. Pada intinya BMT Pat sepakat fokus pada pembiayaan terhadap keluarga besar IAIN Curup.

---

<sup>32</sup>Noprizal, M.Ag, Dewan Pengawas Syariah, *Wawancara*: Tanggal: 10 April 2019, jam 09.05

Dalam melakukan pemasarannya, BMT Pat Sepakat juga melakukan pemasaran dengan cara sosialisasi secara individu dari mulut ke mulut, menggunakan media sosial seperti facebook dan menyebarkan brosur. Namun upaya pemasaran ini masih belum berhasil, terlihat dimana mahasiswa-mahasiswa yang ada di kampus IAIN Curup masih banyak yang belum mengetahui BMT Pat Sepakat dan produk-produk yang telah ada di BMT tersebut.

Kendala yang Dihadapi BMT Pat Sepakat dalam Menerapkan Strategi Pemasaran yaitu:

1. Minimnya sumber daya manusia yang kompeten di bidangnya

Hal ini tampak pada adanya fakta bahwa banyak dijumpai pengurus atau pengelola BMT *Pat Sepakat* sudah memahami tentang prinsip-prinsip *syariah* dan juga prinsip pengelolaan usaha yang baik dan benar, namun jumlah karyawan BMT Pat Sepakat yang sangat sedikit dan belum kompeten di bidang pemasaran yang dapat mempengaruhi hasil kinerja pada BMT itu sendiri. Atau dengan kata lain belum terpenuhinya sumber daya manusia yang dapat membantu pengelolaan BMT Pat Sepakat, sehingga dalam praktiknya beberapa karyawan BMT *Pat Sepakat* memiliki rangkap jabatan.

Sangat tidak mungkin jika BMT *Pat Sepakat* merekrut pegawai secara berlebihan, karena kuota anggaran untuk pegawai juga tentu terbatas, jalan satu-satunya untuk mengoptimalkan sumber daya

manusia adalah dengan cara memaksimalkan kinerja sumber daya manusia yang ada agar dapat memberikan hasil yang maksimal yang nantinya akan mengangkat posisi BMT *Pat sepakat* pada posisi yang menguntungkan. Pembentukan sumber daya manusia yang bermutu tentu tidaklah mudah dan tidak bisa dilakukan dalam sekejap, permasalahan-permasalahan dan kendala yang dihadapi adalah merupakan salah satu bentuk pembelajaran bagi segenap sumber daya manusia yang ada di BMT *Pat sepakat*.

## 2. Sumber dana sebagai modal yang masih terbatas

Sebuah perusahaan sangat membutuhkan pasar, supaya produk-produk dapat dikenal oleh masyarakat ia membutuhkan promosi. Dalam mempromosikan produk-produk tentu memerlukan biaya, dalam hal ini BMT *Pat sepakat* sudah melakukan promosi lewat media cetak apalagi elektronik, meski demikian BMT *Pat sepakat* masih belum mendapatkan hasil yang maksimal. Sebagai mana juga dijelaskan melalui wawancara penulis dengan pengurus BMT *Pat sepakat*, bapak Khoirul umam khudhori M.Eyaitu:<sup>33</sup>

“Kendala yang dihadapi oleh BMT *Pat sepakat* dalam memasarkan produk-produknya masih belum maksimal, karena produk-produk BMT ini masih belum banyak dikenali orang. Upaya yang harus dilakukan adalah, lebih gencar dalam mempromosikan produk-produk yang sudah ada kepada mahasiswa, dosen alumni dan karyawan yang ada di kampus ini.”

---

<sup>33</sup>Khoirul umam khudhori, M.E.I, (Bendahara), *Wawancara*, Tanggal: 10 April 2019, jam: 10:45

### 3. Persaingan ketat dengan lembaga keuangan yang lainnya

Ada banyak lembaga-lembaga keuangan yang menyediakan produk dan pembiayaan yang sama dengan kegiatan yang dilakukan oleh BMT, khususnya BMT *Pat sepakat*. Lembaga-lembaga tersebut seperti bank-bank konvensional, bank-bank syariah yang juga memiliki produk dan layanan perbankan yang mirip dengan yang ada di BMT *Pat sepakat* dan ada juga koperasi-koperasi lainnya, hal ini memberikan ruang gerak yang sedikit terbatas kepada BMT *Pat sepakat* untuk mengembangkan pemasaran produk dan layanan pembiayaan miliknya. Adanya lembaga-lembaga keuangan lainnya baik yang sejenis maupun yang berbeda ini membuat masyarakat dihadapkan pada banyak pilihan, sehingga BMT *Pat Sepakat* sebagai lembaga keuangan yang juga menginginkan untuk mendapatkan modal yang besar dari calon-calon nasabah baru dan mengembangkan sistem layanan pembiayaannya, maka BMT *pat sepakat* harus dapat terus eksis dengan cara konsisten dengan sistem produk dan layanan yang dimiliki, dan harus dapat memberikan kesan yang baik di mata masyarakat khususnya yang berada di lingkungan IAIN Curup.<sup>34</sup>

Dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan pemasaran BMT Pat Sepakat telah menjalankan sesuai dengan konsep pemasaran, namun terdapat kendala dalam menerapkan strategi pemasaran yaitu minimnya sumber daya manusia yang

---

<sup>34</sup>*Observasi lapangan*, Tanggal 19 April 2019

kompeten dibidangnya, sumber dana sebagai modal yang masih terbatas, dan persaingan ketat dengan lembaga keuangan yang lainnya.

#### **B. Faktor yang mempengaruhi BMT Pat Sepakat mengalami defisit anggaran.**

Dalam pelaksanaannya, realisasi pendapatan dan belanja tidak selalu sama dengan anggarannya. Bisa saja terjadi pelampauan target pendapatan atau penghematan belanja. Defisit anggaran pada BMT disusun tidak selalu sama nilainya. Berbagai kebijakan yang diambil selama setahun berjalan bisa mempengaruhi sisi pendapatan dan belanja sehingga menyebabkan terjadinya perubahan defisit anggaran.<sup>35</sup>

Dari hasil observasi awal, penyebab terjadinya defisit anggaran pada BMT Pat Sepakat disebabkan terjadinya kredit macet atau kredit bermasalah. Pada tahun 2016 dan 2017 banyak anggota BMT Pat Sepakat yang melakukan pembiayaan sedangkan pada tahun 2016 dan 2017 kondisi keuangannya pada saat itu sedang mengalami kesulitan. Namun semuaajuan pembiayaan tetap dapat di penuhi oleh BMT Pat Sepakat.<sup>36</sup>

Tabel 4.1 laporan labaa/rugi BMT Pat Sepakat Tahun 2016-2018

---

<sup>35</sup>Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah Vol. 1 No. 2, Oktober 2013, h.102

<sup>36</sup>Rendra wijaya, Administrasi BMT, *Wawancara Pribadi*, Tanggal: 10 April 2019, Pukul: 10.00WIB.

Tahun	Pendapatan	Beban	Persentase Laba/rugi
2016	Rp. 45.475.924	Rp. 51.786.617	(14%)
2017	Rp. 75.367.472	Rp. 82.095.603	(9%)
2018	Rp. 111. 289.650	Rp. 108.894.913	(2%)

BMT Pat Sepakat belum mampu mencapai perkembangan yang signifikan hal ini dapat dilihat dari laporan keuangan yang menunjukkan kerugian selama 3 tahun terakhir yaitu pada tahun 2016-2018, dilihat dari laporan laba rugi per 31 Desember 2016 dimana jumlah pendapatan sebesar Rp. 45.475.924 dan jumlah beban sebesar Rp. 51.786.617 sehingga BMT Pat Sepakat mengalami kerugian sebesar Rp. 6.310.693. dan untuk tahun 2017 laporan laba rugi per 31 Desember jumlah pendapatan sebesar Rp. 75.367.472 dan jumlah beban sebesar Rp. 82.095.603 sehingga pada tahun 2017 BMT masih mengalami kerugian sebesar Rp. 6.728.131. Tak jauh beda dengan tahun-tahun sebelumnya, pada tahun 2018 BMT juga masih mengalami kerugian meskipun sudah sedikit membaik, yaitu hanya mengalami kerugian sebesar 2.2% yaitu Rp. 2.394.737 dari jumlah pendapatan sebesar Rp. 111. 289.650 dan jumlah beban mencapai Rp. 108.894.913. Dari hasil laporan keuangan diatas terlihat bahwa defisit anggaran tertinggi pada BMT Pat sepakat dialami pada tahun 2016.

Penyebab terjadinya defisit anggaran pada BMT Pat Sepakat diantaranya:

1. Terjadinya kredit macet bermasalah

Kredit macet merupakan salah satu masalah yang sering terjadi pada lembaga keuangan, baik di lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non-bank. Setiap pembiayaan yang dilakukan pada lembaga keuangan, pasti memiliki resiko yang dapat mengakibatkan kredit macet. Kredit macet dapat disebabkan oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal penyebab terjadinya kredit macet pada BMT Pat sepakat disebabkan lemahnya sistem administrasi dan pengawasan kredit serta lemahnya sistem informasi kredit macet. Sedangkan faktor eksternal penyebab kredit macet pada BMT Pat Sepakat disebabkan oleh kegagalan usaha nasabah, menurunnya kegiatan ekonomi dan tingkat kepercayaan nasabah masih rendah terhadap BMT Pat sepakat, sehingga banyak banyak anggota yang keluar dari BMT. Seperti yang dijelaskan oleh bapak Noprizal M.Ag selaku Ketua BMT pat sepakat<sup>37</sup>

“Sebenarnya dalam penghimpunan dana yang terjadi pada BMT Pat sepakat ini adalah masalah yang biasa terjadi di lembaga keuangan. Namun sejauh ini defisit yang terjadi masih dalam batas kewajaran, dan masih bisa ditoleransi.”

---

<sup>37</sup>Noprizal, M.Ag, Dewan Pengawas Syari'ah, *Wawancara*: Tanggal: 10 April 2019, Pukul; 09.15



## 2. Kondisi keuangan yang kurang baik

Setiap lembaga keuangan melakukan kegiatan penghimpunan dan pembiayaan. Dimana kegiatan utama BMT adalah mengembangkan usaha-usaha ekonomi produktif dengan melakukan pembiayaan kepada nasabah. dengan mendorong kegiatan menabung dan membantu pembiayaan kegiatan usaha dan ekonomi anggota dan masyarakat dilingkungannya. Selain itu BMT juga dapat berfungsi sosial dengan menggalang titipan dana sosial untuk kepentingan masyarakat seperti zakat, infaq, shadaqah dan mendistribusikannya dengan prinsip pemberdayaan masyarakat dengan peraturan dan amanahnya.

Kendala yang terjadi pada BMT Pat sepakat selain terjadinya kredit macet yaitu kurangnya kepercayaan masyarakat/nasabah, yang menyebabkan banyaknya nasabah yang keluar dari anggota BMT setelah menyelesaikan pembiayaan di BMT tersebut. Di BMT setiap nasabah baru yang akan mengajukan pembiayaan diwajibkan untuk menjadi anggota BMT Pat Sepakat. Setiap anggota memiliki tabungan wajib dan tabungan bulanan yang mana tabungan tersebut dapat dikelola oleh BMT guna menstabilkan keuangan dalam melakukan penghimpunan dan pembiayaan. Meskipun keadaan keuangan BMT pada tahun-tahun pertama masih sangat sulit, namun keadaan yang terjadi pada saat ituajuan pembiayaan tetap dipenuhi, sehingga terjadilah ketimpangan pada keuangan BMT. Seperti yang dijelaskan oleh bapak Rendra selaku manager BMT Pat sepakat.

Penyebab terjadinya defisit pada BMT Pat sepakat disebabkan terjadinya kredit macet atau kredit bermasalah. Pada tahun 2016 dan 2017 banyak anggota BMT Pat Sepak yang melakukan pembiayaan sedangkan pada tahun 2016 dan 2017 kondisi keuangannya pada saat itu sedang mengalami kesulitan. Namun semua ajuan pembiayaan tetap dapat di penuhi oleh BMT Pat Sepakat.<sup>38</sup>

Kondisi keuangan yang tidak stabil mengakibatkan kondisi BMT mengalami defisit anggaran. Namun meskipun begitu defisit yang dialami oleh BMT pat sepakat masih dalam batas kewajaran. Dimana defisit pada tahun 2016 mencapai 14%, sedangkan pada tahun berikutnya keuangan sedikit membaik meskipun masih mengalami kerugian sebesar 9%. Dan ditahun 2018 keuangan BMT terlihat lebih baik lagi dimana kerugian dalam setahun hanyalah 2%. Dari tiga tahun tersebut terlihat bahwa perkembangan keuangan BMT semakin membaik, dan ditahun 2019 keuntungan yang diperoleh BMT dapat menutupi kerugian-kerugian yang terjadi di tahun sebelumnya. Dan Alhamdulillah BMT sudah dapat memperbaiki keadaan keuangan yang selama ini buruk.

“Untuk tiga tahun pertama, lembaga keuangan itu kalau berdiri jarang langsung bisa mencetak laba, karena dalam beroperasi sudah pasti ada pengeluaran dan belanja perlengkapan. Dan selama tiga tahun itu tidak sebanding dengan pendapatan yang dihimpun, sehingga posisinya masih dalam merugi (defisit). Kemudian ada juga pembiayaan yang macet kemudian keuntungan yang ada digunakan untuk menutupi kerugian yang sudah terjadi. Dan alhamdulillah pada tahun 2019 keuangan BMT Pat Sepakat ini sudah membaik, dan semoga ditahun kedepannya nanti akan lebih baik lagi”<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup>Rendra Anjaswara, Manager BMT, *Wawancara Pribadi*, Tanggal: 10 April 2019, Pukul: 10.00WIB.

<sup>39</sup>*Op Cit* pukul 09:20

Dari hasil laporan keuangan diatas dapat disimpulkan bahwa BMT Pat Sepakat mengalami *devisitanggaran* bukan karena yang masih dalam batas kewajaran yang biasa terjadi pada lembaga keuangan begitupun terhadap BMT itu sendiri. Namun kondisi keuanganyang buruk itu bukan disebabkan oleh sumber daya manusia yang tidak kompeten dibidang keuangan, melainkan kurangnya kemampuan pengelola dalam melakukan pemasaran produk-produk yang dimiliki BMT kepada masyarakat terutama yang berada di lingkungan IAIN Curup.

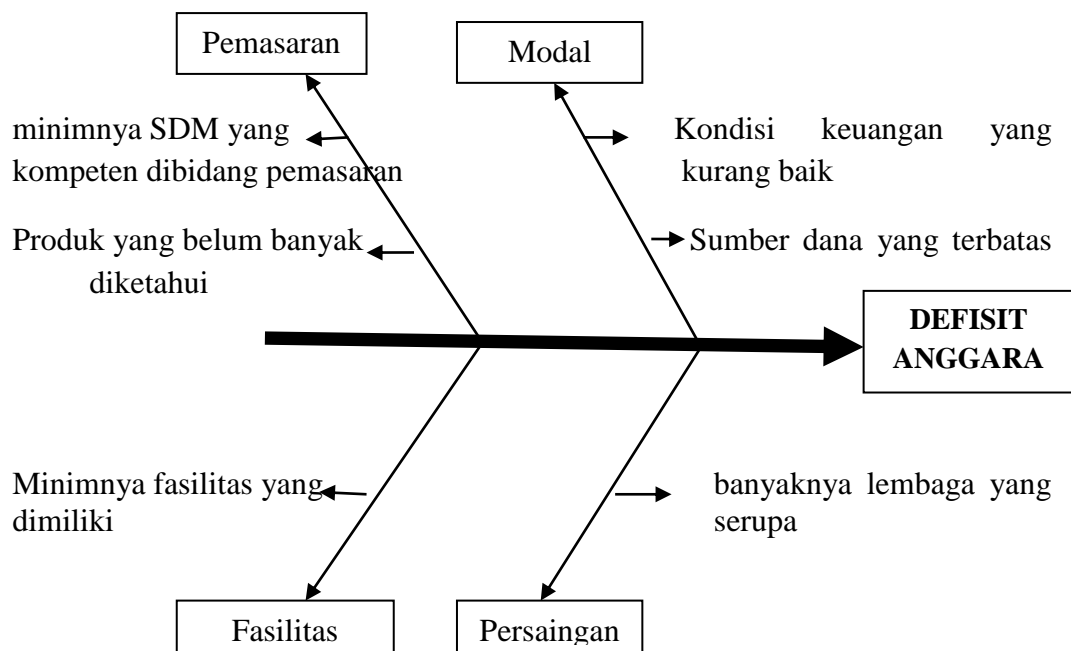
Tabel 4.2 Penilaian dampak defisit

Persentase	Penilaian	Definisi
0,1%-20%	Sangat kecil	Kerugian finansial rendah, memiliki lingkup dampak kecil dalam jangka waktu yang sangat singkat
21%-40%	Kecil	Kerugian finansial sedang, memiliki lingkup dampak kecil dalam jangka waktu singkat
41%-60%	Sedang	Kerugian finansial tinggi
61%-80%	Besar	Menimbulkan kerugian yang luas, mengganggu operasional, kerugian finansial besar
81%-100%	Sangat besar	Menimbulkan kerusakan yang serius, dan kerugian finansial sangat besar.

Dari laporan keuangan yang di alami BMT Pat sepakat yang mengalami kerugian terhitung dari tahun 2016 hingga tahun 2018, jika dilihat dari tabel penilaian dampak defisit, BMT pat sepakat masuk dalam kategori sangat kecil, dimana kerugian yang dialami hanya mencapai 14%. Artinya kerugian finansial yang rendah, memiliki lingkup dampak kecil dalam jangka waktu yang sangat

singkat. Dalam artian BMT Pat sepakat akan mampu bergerak untuk lebih baik dalam waktu dekat. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi terjadinya defisit pada BMT Pat sepakat, penerapan fishbone diagram penting digunakan untuk mengetahui gambaran penyebab terjadinya masalah.

Gambar 1. Diagram Fishbone



Upaya yang dilakukan BMT Pat sepakat dalam mengatasi defisit anggaran yaitu;

1. Meningkatkan pertumbuhan simpanan wajib

Setiap lembaga keuangan pasti melakukan kegiatan penghimpunan. Penghimpunan yang dilakukan BMT Pat sepakat diperoleh dari simpanan wajib pada setiap bulan. Artinya setiap anggota menyetorkan dananya setiap bulan kepada BMT Pat Sepakat dengan nominal yang *fleksible*. Dengan adanya penghimpunan dari simpanan wajib yang terkumpul, maka dana tersebut bisa dicadangkan. Defisit yang terjadi di tahun-tahun sebelumnya pun dapat dikafir dari simpanan wajib yang sudah terkumpul di tahun 2019. Terbukti saat ini perkembangan BMT Pat sepakat sudah semakin membaik dengan keuntungan yang didapat pada tahun ini sehingga dapat menutupi kerugian-kerugian yang terjadi di tiga tahun terakhir.

2. Meningkatkan promosi produk

Salah satu tujuan didirikannya BMT Pat sepakat di lingkungan IAIN Curup selain untuk menghasilkan laba adalah agar seluruh masyarakat terutama mahasiswa, dosen, alumni yang berada di lingkungan IAIN Curup dapat menabung dan melakukan pembiayaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, untuk menghindari terjadi praktek riba. Strategi yang digunakan untuk meningkatkan laba pada BMT Pat Sepakat adalah meningkatkan

promosi gencar-gencaran kepada halayak ramai mengenai produk-produk yang ada di BMT Pat Sepakat. Sejauh ini promosi yang digunakan sudah cukup baik yaitu dengan menggunakan media sosial, media cetak dan promosi secara langsung dari mulut ke mulut.<sup>40</sup>

“Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan laba pada BMT Pat Sepakat adalah salah satunya gencar melakukan promosi produk yang ada di BMT, seperti meningkatkan sosialisasi kepada mahasiswa-mahasiswa baru dan menyeluruh, dengan para dosen-dosen baru yang belum mengetahui keberadaan BMT Pat sepakat di IAIN Curup ini.”

Dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa terjadinya defisit anggaran pada BMT Pat Sepakat disebabkan karena adanya kredit macet dan kondisi keuangan yang kurang baik, namun masih dalam batas kewajaran. Adapun upaya yang dilakukan dalam menanganinya adalah dengan cara meningkatkan pertumbuhan simpanan wajib sebagai dana cadangan dan meningkatkan promosi produk guna meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap BMT Pat sepakat.

---

<sup>40</sup>Andriko M. E. Sy, Pengurus, Wawancara; Tanggal 10 April 2019, Jam: 11.04

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data tentang faktor-faktor yang mempengaruhi defisit anggaran pada BMT Pat Sepakat tahun 2016-2018, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam melakukan pemasaran produk BMT Pat Sepakat telah menjalankan sesuai dengan konsep pemasaran, namun terdapat kendala dalam menerapkan strategi pemasaran yaitu minimnya sumber daya manusia yang kompeten dibidangnya, sumber dana sebagai modal yang masih terbatas, dan persaingan ketat dengan lembaga keuangan yang lainnya.
2. Faktor-faktor penyebab terjadinya defisit anggaran pada BMT Pat Sepakat disebabkan karena adanya kredit macet dan kondisi keuangan yang kurang baik, namun masih dalam batas kewajaran. Adapun upaya yang dilakukan dalam menanganinya adalah dengan cara meningkatkan pertumbuhan simpanan wajib sebagai dana cadangan dan meningkatkan promosi produk, guna meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap BMT Pat Sepakat.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan yaitu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi visit anggaran pada BMT Pat Sepakat tahun 2016-2018, penulis dapat mengemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi BMT Pat Sepakat yang berada dilingkungan kampus IAIN Curup, agar dapat lebih gencar dalam memasarkan produk-produk yang sudah ada dengan menggunakan media sosial saat ini dan melakukan pendekatan persuasif kepada empat golongan Pat sepakat khususnya mahasiswa agar dapat bergabung di BMT Pat sepakat sebagai sarana untuk bertransaksi yang sesuai dengan syari'ah Islam.
2. Bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan penelitian sejenis agar dapat mengembangkan kembali perkembangan dan pengetahuan yang lebih baik lagi tentang perkembangan BMT Pat sepakat dalam meningkatkan fondasi keuangan.
3. Bagi masyarakat khususnya yang berada dilingkungan kampus IAIN Curup, diharapkan agar dapat memahami tentang hukum perbankan dalam Islam, sehingga dapat menjadikan BMT Pat sepakat sebagai sarana dalam bertransaksi yang sesuai dengan syari'ah agama, serta agar kita semua dapat terhindar dari transaksi yang mengandung unsur riba.



## DAFTAR PUSTAKA

Alma Buchari, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009)

Aminah Siti, “*Kendala-kendala Yang Dihadapi Dalam Kegiatan operasional dan Pengembangan Usaha Pada BMT Pat Sepakat*”, Skripsi, (Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Curup, Curup 2016).

Andriko, M.Sy, (Pengurus), *Wawancara*, Tanggal: 10 April 2019,

Anjaswara Rendra, Manager BMT, *Wawancara Pribadi*, Tanggal: 10 April 2019

Anselm Strauss Anselm Dan Corbin Juliet, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003,

Anwar Khoirul, *Analisis Dampak Defisit Anggaran terhadap Ekonomi Makro di Indonesia*, Jejaring Administrasi Publik. Tahun VI, No. 2, Juli-Desember 2014

Basalim, *Kebijakan Fiskal Dan Moneter*, Tahun 1993

Hadidan Haryono Amirudin, *Metodologi Penelitian Pendidikan*. (Jakarta: Pustaka Setia, 1998)

Huda Nurul, Purnama Putra, dkk, *Baitul Maal wattamwil* (Jakarta : AMZAH, 2016),

Huda Nurul dan M.Heykal *Lembaga Keuangan Islam*. Edisi pertama. (Jakarta: media grafika. 2010)

<http://www.kompasiana.com/ruly-almunawary/peran-dan-kendala-bmt>. Diakses tanggal: 05 februari 2020, pukul: 15:21

Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah Vol. 1 No. 2, Oktober 2013,

Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Depok:PT. Rajagrafindo Persada, 2012).

Kloter Philip dan AB Susanto. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat. 2000,

Noprizal, M.Ag, Dewan Pengawas Syariah, *Wawancara*: Tanggal: 10 April 2019  
*Observasi Lapangan*, Tanggal 19 April 2019

Rianto Al Arif Nur, S.E., M.Si, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung:Alfabeta. Cet. Ke 2,

Riduan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, (Bandung: AlfabetaCv 2005)

Syukriyah Sa'roni Lia, "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan BMT Berkah Madani Cimanggis*", Skripsi, (Program Studi Muamalat (Ekonomi Islam) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta 2010).

Syakir Sula Muhammad dan Kertajaya Hermawan, *Syariah Marketing*, Jakarta: Mizan.2005

Subri Mulyadi, Yuswardan Basri Zainul, *Keuangan Negara dan Analisis Kebijakan Utang Luar Negeri*. Jakarta :Rajawali Press. 2005.

Susilo Agus Satria, “*Manajemen Resiko Likuiditas di BMT ABC Jawa Timur*”,  
<http://ejournal.unair.ac.id/index.php/JRSTT/article/view>, diakses tanggal  
10 April 2019

Sarmini Sri, “*Preferensi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah Pada Lembaga Keuangan (Studi Kasus Pada Nasabah BMT Amannah Boyolali)*”, Skripsi, (Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah, IAIN Surakarta, Umar Surakarta 2018).

Umam Khudori Khoirul, M.E.I, (Bendahara), *Wawancara*, Tanggal: 10 April 2019.

#### **SURAT BUKTI WAWANCARA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurrizal M. Ag.  
Pekerjaan : wakil Dekan II / Dosen  
Status : Ketua

### **SURAT BUKTI WAWANCARA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : khoirul umam khodhori

Pekerjaaaan : ketua prodi / Dosen

Status : wakil ketua

### **SURAT BUKTI WAWANCARA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Febriansyah

Pekerjaan : Pengelolah



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP  
PRODI PERBANKAN SYARIAH**

Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119

**BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Nomor : /An.34/FS.02/PP.00.9/12/2019

Pada hari ini ..... Rabu ..... Tanggal ..... 4 ..... Bulan Desember Tahun ..2019.. telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi atas :

Nama : FaImawati (13632037) .....  
Prodi / Jurusan : Perbankan Syariah ..... / Syari'ah & Ekonomi Islam  
Judul : UPAYA BMT PAT SEPAKAT dalam memenuhi Pembiayaan .....  
..... lainnya pada tahun 2016 - 2017 .....



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

**SURAT KEPUTUSAN**  
**DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**  
Nomor : ~~100~~/In.34/FS/PP.00.9/12/2019

**Tentang**  
**PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II**  
**PENULISAN SKRIPSI**

**DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP**

Menimbang : 1. bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk Dosen Pembimbing I dan II

1	100000	100000
2	200000	200000
3	300000	300000
4	400000	400000
5	500000	500000
6	600000	600000
7	700000	700000
8	800000	800000



***Biodata Penulis***

