

**STRATEGI PENGEMBANGAN *BAITUL MĀL WAT TAMWIL*  
(BMT) PAT SEPAKAT DI LINGKUNGAN KAMPUS IAIN  
CURUP**

**SKRIPSI**

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



OLEH :

**LUSI ANDRIANI  
NIM. 14631047**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH  
FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) CURUP 2018**



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

Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010Hp. 082186121778 Curup  
39119

Website/facebook: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Curup Grup, fakultas ekonomi dan  
bisnis islam iain curup.blogspot.com

Curup, September 2018

Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Rektor IAIN Curup

Di

Curup

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Setelah diadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat skripsi saudara **Lusi Andriani** yang berjudul **Strategi Pengembangan Baitul Māl Wat Tamwil (BMT) Pat Sepakat di Lingkungan Kampus IAIN Curup** sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

**Pembimbing I**

**Ihsan Nul Hakim. MA**  
NIP. 197402121999031002

**Pembimbing II**

**Dr. M. Istan, SE., M.Pd., MM**  
NIP. 197502192006041008

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lusi Andriani  
NIM : 14631047  
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syari'ah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **Strategi Pengembangan *Baitul Māl Wat Tamwil* (BMT) Pat Sepakat di Lingkungan Kampus IAIN Curup** belum pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi, dan sepengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali tertulis diakui atau dirujuk dalam skripsi ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 21 Mei 2018  
Penulis



Lusi Andriani  
NIM. 14631047



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

Jalan Dr. AK 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 fakultas syariah@ekonomiislam@gmail.com

**PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA**

Nomor : 484 /In.34/FS/PP.00.9/05/2019

Nama : Lusi Andriani  
NIM : 14631047  
Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syariah  
Judul : Strategi Pengembangan *Baitul Māl Wat Tamwil* (BMT) Pat Sepakat di Lingkungan Kampus IAIN Curup

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

Hari/Tanggal : Kamis, 29 November 2018  
Pukul : 09.30 – 11.00 WIB  
Tempat : Ruang 2 Gedung Munaqosah Syariah IAIN Curup

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

**TIM PENGUJI**

Ketua

Ihsan Nul Hakim, M. Ag  
NIP. 19740212 199903 1 002

Sekretaris,

Dr. Muhammad Istan, SE., M. Pd., MM  
NIP. 19750219 200604 1 008

Penguji I,

Busra Febriyarni, M. Ag  
NIP. 19740228 200603 2 003

Penguji II,

Lendrawati, S.Ag., S.Pd., M.A  
NIDN. 2007 03 77 03

Mengesahkan  
Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam



Dr. Yusufri, M. Ag  
NIP. 19700202 199803 1 007

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Strategi Pengembangan BMT Pat Sepakat di Lingkungan Kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup** yang disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi tingkat sarjana (S.1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam Program Studi Perbankan Syari'ah.

Shalawat beserta salam semoga Allah curahkan kepada Nabi besar kita Muhammad SAW, keluarga dan sahabatnya hingga akhir zaman. Berkat perjuangan beliaulah kita dapat merasakan nikmatnya iman dan indahny Islam.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, maka tidak mungkin penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini bukan semata-mata hasil usaha penulis sendiri. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang memberikan sumbangsih dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Rahmad Hidayat, M.Pd, M.Ag selaku Rektor IAIN Curup yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti dalam menimba ilmu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

2. Bapak Dr. Yusefri, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Bapak Dr. Muhammad Istan, SE, M.Pd, MM selaku Wakil Dekan I dan Bapak Noprizal, M. Ag selaku Wakil Dekan II Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
3. Bapak Khairul Umam Khudori, ME. I selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
4. Bapak Ihsan Nul Hakim, MA dan Dr. Muhammad Istan, SE, M.Pd, MM selaku dosen pembimbing I dan II, yang telah membimbing serta mengarahkan penulis, terima kasih atas dukungan, doa, waktu, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Oloan Muda Hasyim Harahap, Lc, MA selaku pembimbing akademik.
6. Ibu Busra Fabriyani, M.Ag dan Ibu Lendrawati, S.Ag. S.Pd. MA selaku dosen penguji I dan II, yang telah memberikan kritikan dan masukan serta telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam menguji skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Curup yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan.
8. Ketua beserta staf perpustakaan IAIN Curup, terimakasih atas kemudahan, arahan, dan bantuannya kepada penulis dalam memperoleh data-data kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.
9. Bapak Rendra Anjaswara, S.E selaku Manager dan Ibu Nining Doyosi, S.E selaku Administrasi BMT Pat Sepakat Curup yang telah memberikan izin serta meluangkan waktunya dalam penelitian ini.

10. Orang tuaku tercinta yang senantiasa memberikan dukungan berupa doa, materi maupun nasihat-nasihat yang tak hentinya sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
11. Teman-teman seperjuangan Prodi Perbankan Syari'ah angkatan 2014 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas dorongan dan bantuannya.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis juga sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun terutama dari pembaca dan dari dosen pembimbing. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan untuk kita semua.

Curup, 23 September 2018  
Penulis

**Lusi Andriani**  
**NIM. 14631047**

# **MOTTO**

“ Waktu Tidak Dapat Di Ulang,  
Maka Manfaatkan Waktu Dengan Baik ”

“ Jangan Pernah Putus Asa  
Sekalipun Semuanya Terasa Tak Mungkin”

“ Kamu Hanya Perlu Ikhtiar dan Doa,  
Selebihnya Itu Urusan Allah ”

“ Jangan Pernah Lupa Untuk Selalu Melibatkan Allah,  
Allah Dulu, Allah Lagi, Allah Terus ”

” Hebat Itu Bukan Hanya Sukses Dunia  
Namun juga Sukses Akhirat “

# PERSEMBAHAN

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

*Bismillaahirrahmaanirrahiim*

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang  
Kupersembahkan karya ini dengan penuh Rahmat-Nya serta penuh rasa Syukur,  
kepada orang-orang yang selalu setia dan mendukungku dalam keadaan apapun.

*Teruntuk*

*Ayahanda & Ibunda tercinta (Arsan dan Lusni),  
yang begitu gigihnya bekerja untuk memperjuangkan pendidikan  
anaknyanya.*

*Adik dan kakak-kakakku yang ikut mendukung perjuanganku selama  
ini.*

*Ibu angkatku (Ramaini) yang terus memberikan semangat dan  
motivasi untuk menjadi lebih baik sejak SMP.*

*Sahabatku (Ahmad Ramadhan) yang selalu memberikan dorongan,  
nasehat dan juga ilmu untuk diriku agar menjadi pribadi yang lebih  
baik.*

Keluarga Perbankan Syari'ah angkatan ke-7 Th. 2014, terima kasih atas perjuangan hebat yang  
kita lalui bersama semoga sukses menyertai.

Teruntuk Almamaterku.

Terima Kasih

## **Strategi Pengembangan BMT Pat Sepakat di Lingkungan Kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup**

**Oleh: Lusi Andriani**

**ABSTRAK:** Strategi pengembangan sangat penting dalam suatu perusahaan termasuk BMT Pat Sepakat Curup yang memberikan pelayanan produk. Setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan untuk tetap bertahan, mampu bersaing dan terus berkembang. Oleh karena itu untuk mencapai tujuan tersebut salah satu langkah yang harus dilakukan adalah penetapan strategi pengembangan secara tepat. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui perkembangan BMT Pat Sepakat, apa saja SWOT BMT Pat Sepakat serta untuk mengetahui apa saja strategi pengembangan BMT Pat Sepakat di lingkungan kampus IAIN Curup.

Penulisan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yakni penelitian yang langsung berhubungan dengan objek yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan instrumen dokumentasi, observasi, studi kepustakaan dan wawancara dengan informan terkait masalah yang diteliti.

Penelitian ini menunjukkan bahwa BMT Pat Sepakat Curup mengalami perkembangan yang fluktuatif. Kekuatan BMT Pat Sepakat yakni margin yang kompetitif, tingkat pendidikan pengelola dan pengurus, ketersediaan sarana dan prasarana, sistem syariah, penerapan strategi jempot bola. Kelemahan BMT yakni lokasi yang kurang strategis, masalah permodalan, tenaga marketing, legalitas usaha, ketegasan dalam menghadapi anggota bermasalah. Peluang BMT yaitu tahan terhadap krisis global, perkembangan Bank Syariah di Indonesia, masyarakat yang mayoritas Muslim, misi yang sejalan dengan program pemerintah, fatwa MUI tentang pengharaman bunga bank. Ancaman BMT yaitu pemahaman masyarakat, Bank Konvensional, masalah regulasi, minat masyarakat, kepercayaan masyarakat. Strategi alternatif yang dapat digunakan ada tiga yaitu meningkatkan sosialisasi, membuka unit baru dan usaha baru, melakukan penetrasi pasar untuk meningkatkan jumlah konsumen atau nasabah.

***Kata Kunci:*** Strategi, Pengembangan, BMT, Lingkungan Kampus

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah .....	4
C. Rumusan Masalah .....	4
D. Tujuan Penelitian .....	4
E. Manfaat Penelitian .....	5
F. Definisi Judul .....	6
G. Tinjauan Pustaka .....	9
H. Metodologi Penelitian .....	11
I. Sistematika Penulisan .....	17
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>18</b>
A. <i>Baitul Māl wat Tamwil</i> (BMT).....	18
B. Strategi Pengembangan .....	23
C. <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i> (SWOT) .....	30
<b>BAB III GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>36</b>
A. Keadaan Umum .....	36

B. Sejarah .....	38
C. Visi dan Misi .....	41
D. Struktur Organisasi .....	41
E. Landasan Hukum .....	42
F. Kegiatan Pokok .....	43
G. Produk .....	45
H. Data Nasabah .....	48

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 52**

A. Hasil Penelitian .....	52
B. Pembahasan .....	76

**BAB V PENUTUP..... 90**

A. Kesimpulan .....	90
B. Saran .....	91

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN - LAMPIRAN**

**PROFIL PENULIS**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A Latar Belakang**

Kemiskinan merupakan masalah kronis yang melanda bangsa Indonesia. Banyak program pengentasan kemiskinan telah dilakukan, tetapi masih dirasakan belum banyak keberhasilan, hasil yang dicapai tidak efisien dan tidak tepat sasaran, di sisi lain banyak yang belum mengerti bagaimana mengawali upaya penanggulangan kemiskinan tersebut. Upaya penanggulangan kemiskinan salah satunya adalah dengan memutus mata rantai kemiskinan melalui pemberdayaan kelompok melalui pengembangan *microfinance* atau Lembaga Keuangan Mikro (LKM), yakni suatu model penyediaan jasa keuangan bagi masyarakat yang memiliki usaha pada sektor paling kecil yang tidak dapat mengakses bank karena berbagai keterbatasannya.

Pengalaman membuktikan bahwa Lembaga Keuangan Mikro (LKM) merupakan pendekatan terbaik dalam upaya pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro untuk penanggulangan kemiskinan dan pemerataan pendapatan. Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) di Indonesia telah dikembangkan dengan istilah yang lebih dikenal dengan nama *Baitul Māl wat Tamwil* atau bisa disebut juga Balai Usaha Mandiri Terpadu atau disingkat BMT.

Secara harfiah *baitul māl*, terdiri dari kata *bait* yang artinya rumah sedangkan *māl* maksudnya adalah harta. Kegiatan *baitul māl* menyangkut kegiatan dalam menerima titipan dana zakat, infaq, dan shadaqah, serta mengoptimalkan

distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya. Sedangkan *Baitul Tamwil* yaitu *bait* artinya 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).

Kehadiran BMT ini diharapkan mampu menanggulangi masalah permodalan yang dialami oleh pengusaha kecil mikro, sehingga distribusi modal dan pendapatan dapat dirasakan masyarakat kecil yang tersentuh oleh kebijakan pemerintah. Peluang pengembangan BMT di Indonesia sesungguhnya sangat besar, mengingat Usaha Mikro dengan skala pinjaman dibawah Rp. 5 juta adalah segmen pasar yang dapat dilayani dengan efektif oleh lembaga ini.

Suatu organisasi seperti BMT dapat meningkatkan strategi pengembangan dengan cara mencari kesesuaian antara kekuatan internal dan kekuatan eksternal suatu organisasi. Berdasarkan hasil tersebut timbul suatu analisis SWOT yaitu bertujuan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, agar mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman suatu organisasi kedepannya dalam hal ini adalah BMT.

Salah satu BMT yang membutuhkan strategi pengembangan adalah BMT Pat Sepakat yang berlokasi di lingkungan kampus IAIN Curup tepatnya di Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam. Lembaga yang bergerak dalam simpan pinjam yang berprinsip syariah ini merupakan lembaga yang telah berdiri lebih dari empat tahun lalu tepatnya pada 30 Mei 2014.

BMT setiap tahunnya mengalami perkembangan yang cukup bagus jika dilihat dari jumlah nasabah, jumlah pembiayaan yang disalurkan dan jumlah asset, namun keuangan BMT masih mengalami kerugian, seperti yang terdapat pada tabel berikut.

**Tabel 1.1 Perkembangan BMT Pat Sepakat**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>	<b>Jumlah Pembiayaan yang disalurkan</b>	<b>Jumlah Asset</b>	<b>Jumlah Laba</b>
2015	90 orang	Rp. 82.998.665	Rp. 99.519.800	Rp. 8.909
2016	110 orang	Rp. 88.112.591	Rp. 111.776.300	Rp.(11.3 10.693)
2017	226 orang	Rp. 175.112.986	Rp. 291.111.305	Rp. (6.728.131)

Data diatas menunjukkan bahwa BMT membutuhkan suatu strategi pengembangan untuk dapat bertahan. BMT Pat Sepakat harus mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya dengan memanfaatkan keunggulan-keunggulan dan peluang yang ada serta meminimalisir kelemahan dan ancaman-ancaman yang dapat merugikan BMT Pat Sepakat itu sendiri supaya bisa menjadi sebuah lembaga keuangan yang berkembang dan mampu memberikan kontribusi semaksimal mungkin bagi masyarakat di sekitarnya. BMT Pat Sepakat harus mampu merumuskan strategi dengan cara menganalisis faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang ada di BMT Pat Sepakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka penulis memberikan judul penelitian ini yaitu: **Strategi Pengembangan BMT Pat Sepakat di Lingkungan Kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.**

## **B Batasan Masalah**

Batasan masalah yang diberikan peneliti dalam penelitian ini bertujuan agar lebih terarah dan dapat dipahami dengan jelas. Masalah penelitian ini difokuskan hanya pada Strategi Pengembangan BMT Pat Sepakat di Lingkungan Kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

## **C Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah dikemukakan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana proses pertumbuhan sampai dengan berkembangnya BMT Pat Sepakat ?
2. Apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan BMT Pat Sepakat ?
3. Apa saja metode pengembangan BMT Pat Sepakat di lingkungan kampus IAIN Curup ?

## **D Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan bagaimana proses pertumbuhan sampai dengan berkembangnya BMT Pat Sepakat.

2. Untuk menjelaskan apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman BMT Pat Sepakat.
3. Untuk menjelaskan apa saja metode pengembangan BMT Pat Sepakat di lingkungan kampus IAIN Curup.

## **E Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang diharapkan dari penulisan skripsi ini antara lain:

1. Secara Teoritis
  - a. Bagi penulis, penelitian yang dilakukan memberikan informasi baru atas penerapan teori-teori yang dipelajari dan diperoleh selama di perguruan tinggi dan juga menambah wawasan pengetahuan tentang strategi pengembangan suatu perusahaan atau lembaga keuangan serta sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana (S.I) dalam ilmu ekonomi dan bisnis islam.
  - b. Bagi civitas akademik dan program studi Perbankan Syariah IAIN Curup, penelitian ini sebagai tambahan literatur pustaka guna pembelajaran dan pengembangan ilmu perbankan syariah khususnya dalam strategi pengembangan lembaga keuangan seperti BMT dan sebagai literatur penelitian yang dapat dijadikan perbandingan atau referensi.
  - c. Bagi BMT Pat Sepakat, penelitian ini bermanfaat untuk memberikan informasi tambahan, masukan bagi pihak BMT sebagai bahan evaluasi sehingga manajemen dapat meningkatkan kinerja dan dapat menetapkan strategi bisnis yang tepat dalam menghadapi persaingan.

d. Bagi nasabah, penelitian ini bermanfaat untuk memberikan pengetahuan tentang strategi pengembangan BMT serta memberikan informasi tentang perkembangan BMT Pat Sepakat.

## 2. Secara Praktis

- a. Bagi para pengguna informasi (pemegang saham, manager, nasabah, karyawan) hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wacana alternatif dalam memahami strategi pengembangan suatu perusahaan atau lembaga keuangan.
- b. Bagi mahasiswa/i dan masyarakat hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih dalam upaya memperdalam pengetahuan tentang bagaimana strategi pengembangan sebuah perusahaan atau lembaga keuangan khususnya BMT.

## F Definisi Judul

Penulis akan menjelaskan arti dan istilah terkait judul penelitian ini mengenai Strategi Pengembangan BMT Pat Sepakat di Lingkungan Kampus IAIN Curup untuk menghindari kekeliruan pemaknaan judul dalam penelitian ini, dengan penegasan sebagai berikut:

### 1. Strategi

Strategi berasal dari bahasa Inggris "*strategy*" yang artinya ilmu siasat (perang), siasat akal. Strategi adalah proses penetapan tujuan jangka panjang yang mendasar dari suatu organisasi dan pemilihan alternatif tindakan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi tidak hanya

digunakan untuk mencapai tujuan organisasi saja akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan, dimana organisasi tersebut menjalankan aktifitasnya. Strategi juga bisa diartikan seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasaran atau tujuan, melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan seni menggunakan sumber daya dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi ini juga bertujuan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi.

## **2. Pengembangan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkankan, dan lebih dijelaskan lagi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia karya WJS Poerwadarminta, bahwa pengembangan adalah perbuatan menjadikan bertambah, berubah sempurna.

Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih ditekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan adalah upaya peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang.

### 3. BMT Pat Sepakat

BMT Pat Sepakat adalah suatu lembaga keuangan non bank yang menjalankan operasional sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dengan status badan hukum koperasi, yakni Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) atau Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi (UJKS Koperasi). Kantor BMT Pat Sepakat beralamatkan di jln. DR. AK. Gani. Kotak Pos 108 Kelurahan Dusun Curup, Kecamatan Curup Utara, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu tepatnya di Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam.

### 4. *Baitul Mal Wat Tamwil* (BMT)

BMT mempunyai dua fungsi yakni *baitul māl* dan *baitul tamwil*. Secara harfiah *baitul māl*, terdiri dari kata *bait* yang artinya rumah sedangkan *māl* maksudnya adalah harta. Kegiatan *baitul māl* menyangkut kegiatan dalam menerima titipan dana zakat, infaq, dan shadaqah, serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya. Sedangkan *Baitul Tamwil* yaitu *bait* artinya 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).

### 5. Bank

Bank berasal dari bahasa Itali, yaitu *banco* yang artinya bangku. Arti kata bangku disini adalah tempat operasional para bankir pada masa lalu dalam melayani nasabah mereka. Bank adalah suatu lembaga keuangan yang memiliki kewenangan untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali

kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman modal kerja untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat umum.

## **6. Koperasi**

Secara etimologi koperasi berasal dari kata co-operation yang artinya kerja sama. Sedangkan secara terminologi koperasi adalah suatu badan usaha yang dimiliki dan dioperasikan oleh para anggotanya untuk memnuhi kepentingan bersama di bidang ekonomi. Menurut UU No. 25 / 1992 koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi, dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas azas kekeluargaan.

## **G Tinjauan Pustaka**

Strategi pengembangan BMT Pat Sepakat di lingkungan kampus IAIN Curup yang diangkat menjadi judul dari skripsi ini merupakan karya ilmiah yang sejauh ini belum pernah ditulis di lingkungan kampus khususnya Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Curup. Adapun penelitian yang hampir sama diantaranya :

*Pertama*, oleh Dedi Irawan, Muhammad Irfan dan Umi Kalsum dengan judul Analisis Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Pedesaan (Studi Kasus BMT Al Hasanah Sekampung). Hasil penelitian mengenai kondisi lingkungan internal BMT menunjukkan bahwa: 1) tingkat pendidikan dan keterampilan manajemen dan karyawan yang cukup tinggi dan profesional, 2) BMT memiliki lokasi yang strategis, 3) modal yang digunakan efektif, sedangkan yang melemahkan faktor internal adalah: 1) anggota yang tidak memahami konsep

syariah, 2) kondisi bangunan yang sempit, 3) koperasi modal yang dimiliki tidak besar.

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Dian Pratomo, Musa Hubeis dan Illah Sailah dengan judul Strategi Lembaga Keuangan Mikro Syariah dalam Mengembangkan Usaha Mikro (Kasus LKSM BMT KUBE SEJAHTERA Unit 20, Sleman-Yogyakarta). Hasil dari penelitian ini adalah bahwa BMT memberikan kesempatan dengan memberikan pembiayaan kepada pelanggan untuk membuat perusahaan baru. Hal ini terdeteksi dari perusahaan yang dimiliki oleh pelanggan periode singkat, yaitu kurang dari 1 tahun (36%), 1-5 tahun (32%), lebih dari 5 tahun (32%). Hal ini menuntukkan bahwa mereka tertarik untuk membuat suatu bisnis baru bersama dengan kehadiran BMT yang menawarkan bagi hasil yang adil dan menguntungkan.

*Ketiga*, penelitian yang dilakukan oleh, Ahdiyati Agus Susila dengan judul Strategi Kesuksesan Koperasi BMT Masalah dalam Pengembangan Usaha dan Pemberdayaan Ekonomi Umat. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, didapatkan bahwa strategi koperasi BMT Masalah untuk pengembangan lembaga. Strategi ini mampu untuk meningkatkan usaha koperasi BMT Masalah guna mencapai tujuan dari pendirian koperasi. Peran koperasi BMT Masalah dalam pemberdayaan ekonomi umat cukup signifikan, yaitu banyaknya pembiayaan koperasi ditujukan untuk masyarakat kecil dalam hal usaha mikro.

Objek penelitian memang hampir sama dengan penulis teliti yaitu tentang strategi BMT, akan tetapi subjeknya berbeda. Penelitian ini meneliti tentang Strategi

Pengembangan BMT Pat Sepakat di Lingkungan Kampus IAIN Curup, sedangkan metode yang digunakan adalah metode deskriptif melalui pendekatan kualitatif.

Berdasarkan beberapa kajian di atas, tampak bahwa belum ada satupun yang mencoba mengangkat topik tentang strategi pengembangan BMT dengan studi kasus BMT Pat Sepakat di lingkungan kampus IAIN Curup.

## **H Metode Penelitian**

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

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif, sehingga membutuhkan proses observasi dalam penelitian lapangan untuk mengetahui Strategi Pengembangan BMT Pat Sepakat di Lingkungan Kampus IAIN Curup. Menurut Creswell, penelitian kualitatif adalah sebuah pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk mengerti gejala sentral peneliti mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan luas. Informasi berupa kata atau teks yang disampaikan oleh partisipan akan dikumpulkan. Data yang berupa kata-kata atau teks tersebut kemudian dianalisis, hasil analisis itu dapat berupa penggambaran atau deskripsi atau dapat pula dalam bentuk tema-tema. Dari data-data itu, peneliti membuat interpretasi untuk menangkap arti yang terdalam. Sesudahnya peneliti membuat

permenungan pribadi dan menjabarkannya dengan penelitian-penelitian ilmiah lain yang dibuat sebelumnya.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan untuk memahami suatu gejala dengan cara mewawancarai partisipan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Setelah informasi didapatkan maka langkah selanjutnya adalah membuat interpretasi untuk menangkap arti yang mendalam.

## 2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di Jln. DR. AK. Gani. Kotak Pos 108 Kelurahan Dusun Curup, Kecamatan Curup Utara, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu tepatnya di lingkungan kampus Jurusan Syariah IAIN Curup, dengan alasan bahwa BMT tersebut memiliki tempat yang strategis dan adanya sikap terbuka dari lembaga tersebut dalam memberikan informasi terkait penelitian yang akan dilakukan. Selain itu peneliti juga merupakan anggota dari BMT tersebut sehingga ingin memberikan sumbangsih pemikiran tentang bagaimana strategi pengembangan BMT tersebut agar mampu bersaing, bertahan dan terus berkembang.

## 3. Subjek dan Objek Penelitian

### a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber data utama dalam sebuah penelitian, yaitu yang memiliki data mengenai variable-variable yang akan diteliti. Subjek penelitian yang dimaksud adalah mencakup sumber data, dimana peneliti dapat memperolehnya di perusahaan tersebut, dan juga managerial

yang ada di dalam perusahaan tersebut yang meliputi *manager* dan administrasi di BMT Pat Sepakat.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah hal yang menjadi pokok perhatian dari suatu penelitian. Objek penelitian yang dimaksud adalah strategi pengembangan BMT Pat Sepakat di lingkungan kampus IAIN Curup.

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data-data yang berasal dari sumber data utama yang berwujud tindakan sosial, kata-kata dari pihak yang terlibat dalam melakukan penelitian ini. Suharsimi Arikunto dalam bukunya menjelaskan bahwa data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya. Proses pengumpulan data primer ini penulis menggunakan metode wawancara yang langsung dilakukan kepada subjek, yaitu *manager* dan administrasi BMT Pat Sepakat.

b. Data Sekunder

Data ini merupakan sumber data penelitian yang diperoleh atau dicatat oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari sumber lain, diantaranya dari dokumen-dokumen, studi kepustakaan, jurnal, artikel, buku, skripsi terdahulu yang terkait dengan penelitian ini.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Metode pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam rangka memudahkan proses perolehan data yang cukup dan sesuai dengan pokok permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

### a. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dari buku-buku, majalah, internet, dan berbagai sumber data yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini.

### b. Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung. Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi adalah pengamatan secara langsung yang dilakukan peneliti pada lokasi penelitian untuk mendapatkan data mengenai objek penelitian.

### c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengumpulan data-data yang memiliki kaitan dengan fokus penelitian seperti, dokumen-dokumen atau arsip-arsip yang dianggap dapat memberikan masukan atau dukungan penelitian. Sumber utama yang memiliki keterkaitan dengan fokus penelitian yaitu dokumen atau arsip-arsip yang berhubungan dengan strategi pengembangan BMT Pat Sepakat.

### d. Wawancara

Peneliti akan melakukan beberapa hal dalam melakukan wawancara yaitu menyeleksi pertanyaan yang akan diajukan dan mencatat hasil wawancara serta menyusun ulang hasil wawancara. Melakukan pembicaraan dengan informan atau pengurus yang memiliki pengetahuan tentang BMT Pat Sepakat, seperti *manager* dan administrasi yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Alat yang digunakan untuk mendukung teknik pengumpulan data jenis ini adalah pedoman wawancara.

## 6. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Reduksi Data

Reduksi data adalah kegiatan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Pengamatan lapangan dan wawancara yang dilakukan ditemukan data sedemikian banyak, kompleks dan rumit. Keseluruhan data yang telah terkumpul pada penelitian belum tertata secara rapi dan sistematis, sehingga dibutuhkan reduksi data agar penulis dapat memilih data yang dianggap relevan bagi penulis penelitian.

### b. Penyajian Data

Setelah proses reduksi data, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data yaitu menyajikan sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penelitian kualitatif penyajian datanya bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Data disajikan

secara sistematis dalam penelitian yang dilakukan yaitu berbentuk uraian singkat. Proses penyajian data yang runtut dan sistematis sangat membantu peneliti dalam menarik kesimpulan tentang strategi pengembangan BMT Pat Sepakat.

c. Penarikan Kesimpulan

Langkah akhir dalam penelitian adalah proses penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan atau verifikasi yaitu kesimpulan awal yang dikemukakan masih sifat sementara dan akan berubah bila tidak di temukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengambilan data.

## **I Sistematika Penulisan**

Demi untuk memberikan kemudahan pada pembahasan penelitian ini, maka penulis menyusun dalam bentuk sistematika penulisan yaitu:

**BAB I** : Pendahuluan terdiri dari Latar Belakang, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Definisi Operasional, Kajian Pustaka, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

**BAB II** : Landasan Teoritis, yang meliputi tentang BMT, antara lain Pengertian BMT, Visi Misi BMT, Tujuan dan Sifat BMT, Fungsi BMT, Payung Hukum BMT, Strategi Pengembangan BMT yang terdiri dari, Pengertian Strategi, Bentuk-Bentuk Strategi, Jenis-Jenis Strategi, dan Analisis SWOT.

**BAB III** : Memuat tentang gambaran umum BMT Pat Sepakat yaitu berupa: Sejarah Berdirinya, Visi dan Misi, Motto, Susunan Kepengurusan BMT, Kegiatan Pokok dan Produk-Produk.

**BAB IV** : Merupakan pembahasan mengenai: Perkembangan BMT Pat Sepakat, Pengamatan lingkungan internal dan eksternal, Strategi pengembangan BMT Pat Sepakat di lingkungan kampus. Selanjutnya menawarkan temuan strategi pengembangan BMT Pat Sepakat di lingkungan kampus.

**BAB V** : Merupakan bab penutup didalamnya peneliti membahas tentang kesimpulan dari seluruh hasil penelitian serta kritik dan saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

Penelitian tentang strategi pengembangan BMT Pat Sepakat di lingkungan kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup ini dalam rangka memudahkan proses penelitiannya, maka akan dipaparkan teori-teori yang mendukung dan berkaitan dengan penelitian yang akan dibahas oleh penulis, diantaranya:

#### **A *Baitul Māl wat Tamwil* (BMT)**

Teori yang mendukung dan berkaitan dengan penelitian ini adalah *Baitul Māl wat Tamwil* (BMT), dimana BMT menjadi objek penelitian ini. Teori BMT yang akan dibahas dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

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

BMT adalah Balai Usaha Mandiri Terpadu atau *Baitul Māl wat Tamwil*, yaitu Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. BMT sesuai namanya terdiri dari dua fungsi utama, yaitu:

- a. *Baitul tamwil* (rumah pengembangan harta), melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi. BMT menjalankan fungsi yang sama dengan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS).

- b. *Baitul māl* (rumah harta), menerima titipan dana zakat, infak dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanatnya.

Keberadaan BMT dapat dipandang memiliki dua fungsi utama, yaitu sebagai media penyalur pendayagunaan harta ibadah, seperti zakat, infak, sedekah dan wakaf, serta dapat pula berfungsi sebagai institusi yang bergerak di bidang investasi yang bersifat produktif sebagaimana layaknya bank. Fungsi yang kedua ini dapat dipahami bahwa selain berfungsi sebagai lembaga keuangan, BMT berfungsi sebagai lembaga ekonomi. Sebagai lembaga keuangan, BMT bertugas menghimpun dana dari masyarakat (anggota BMT) yang diberikan pinjaman oleh BMT. Sebagai lembaga ekonomi, BMT berhak melakukan kegiatan ekonomi, seperti mengelola kegiatan perdagangan, industri, dan pertanian.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa BMT merupakan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang mempunyai dua fungsi yaitu *baitul māl* dan *baitul tamwil*. Sebagai rumah pengembangan harta dengan melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi, dan sebagai rumah harta dengan menerima titipan dana zakat, infak dan sedekah serta pendistribusian yang optimal sesuai peraturan dan amanahnya.

## **2. Visi dan Misi BMT**

### **a. Visi BMT**

Menjadi lembaga keuangan yang mandiri, sehat dan kuat, yang kualitas ibadah anggotanya meningkat sedemikian rupa sehingga mampu

berperan menjadi wakil pengabdian Allah SWT, memakmurkan kehidupan anggota pada khususnya dan umat manusia pada umumnya.

b. Misi BMT

Mewujudkan gerakan pembebasan anggota dan masyarakat dari belenggu rentenir, jerat kemiskinan, dan ekonomi *ribawi*, gerakan pemberdayaan meningkatkan kapasitas dalam kegiatan ekonomi riil dan kelembagaannya menuju tatanan perekonomian yang makmur dan maju dan gerakan keadilan membangun struktur masyarakat madani yang adil dan berkemakmuran-berkemajuan, serta makmur-maju berkeadilan berlandaskan syariah dan ridha Allah SWT.

Visi dan Misi BMT pada dasarnya yaitu untuk menjalankan amanah sebagai wakil Allah SWT. BMT berperan sebagai lembaga yang mewujudkan tatanan perekonomian yang makmur, maju dan berkeadilan yang berlandaskan syariah dan ridha Allah SWT.

**3. Tujuan dan Sifat BMT**

a. Tujuan BMT

Meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

b. Sifat BMT

Memiliki usaha bisnis yang bersifat mandiri, di tumbuh kembangkan dengan swadaya dan dikelola secara profesional serta berorientasi untuk kesejahteraan anggota dan masyarakat lingkungannya.

Tujuan dan sifat BMT pada dasarnya yaitu untuk menciptakan kesejahteraan anggota dan masyarakat umum. Caranya dengan meningkatkan kualitas usaha ekonomi anggota maupun masyarakat sekitarnya.

#### **4. Payung Hukum BMT**

Secara kelembagaan BMT mengalami evolusi dari lembaga keuangan informal (KSM/PHBK/LSM/Perkumpulan), lalu menjadi lembaga keuangan semi formal (Koperasi Jasa Keuangan Syariah), lalu saat ini BMT dapat memilih payung hukum Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) di bawah pembinaan kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah atau memilih berbadan hukum LKM (Lembaga Keuangan Mikro) di bawah UU No. 1 tahun 2013 sehingga BMT masuk menjadi struktur lembaga keuangan formal di dalam sistem keuangan nasional.

BMT apabila memilih berbadan hukum koperasi, maka BMT akan beroperasi sama dengan mekanisme operasional KJKS, namun apabila BMT memilih berpayung hukum LKM maka BMT dikategorikan sebagai salah satu lembaga keuangan mikro syariah di bawah pembinaan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Lembaga Keuangan Mikro (LKM) adalah lembaga keuangan yang khusus didirikan untuk memberikan jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, baik melalui pinjaman atau pembiayaan dalam usaha skala mikro kepada anggota dan masyarakat, pengelolaan simpanan, maupun pemberian jasa konsultasi pengembangan usaha yang tidak semata-mata mencari keuntungan.

Sejumlah peraturan yang berkaitan dengan lembaga keuangan mikro antara lain Undang-Undang No 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro (UU LKM), Peraturan Pemerintah Nomor 89 Tahun 2014 tentang Suku Bunga Pinjaman atau Imbal Hasil Pembiayaan dan Luas Cakupan Wilayah Usaha Lembaga Keuangan Mikro. Peraturan OJK (POJK) Nomor 12/POJK.05/2014 tentang Perizinan Usaha dan Kelembagaan Lembaga Keuangan Mikro. POJK Nomor 13/POJK.05/2014 tentang Penyelenggaraan Usaha Lembaga Keuangan Mikro, dan POJK Nomor 14/POJK.05/2014 tentang Pembinaan dan Pengawasan Lembaga Keuangan Mikro.

BMT dapat memilih badan hukumnya sendiri apakah memilih berbadan hukum koperasi ataukah memilih berpayung hukum LKM. Bentuk badan hukum BMT ini umumnya adalah berbentuk koperasi dimana ART disahkan oleh menteri koperasi dan usaha kecil dan menengah.

## **B Strategi Pengembangan BMT**

Strategi pengembangan BMT merupakan salah satu teori yang akan dipaparkan dalam penelitian ini yang akan mendukung dan berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah pemaparan tentang teori strategi pengembangan BMT.

### **1. Pengertian Strategi**

Strategi secara etimologi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* yang artinya jenderal. Strategi pada mulanya berasal dari peristiwa peperangan yaitu sebagai suatu siasat untuk mengalahkan musuh. Strategi

berkembang untuk semua kegiatan operasional termasuk keperluan ekonomi, sosial, dan agama. Strategi dalam bahasa Yunani kuno dapat pula diartikan sebagai seni perang. Suatu strategi mempunyai dasar-dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan.

Strategi merupakan langkah-langkah yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Terkadang langkah yang harus dihadapi penuh terjal dan beliku-liku, namun demikian ada pula langkah yang *relative* rendah. Selain itu, banyak rintangan yang dihadapi oleh suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Oleh karena itu, setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan terarah sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai dan memberikan kemenangan.

Berdasarkan beberapa definisi diatas mengenai strategi, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan langkah-langkah yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Strategi juga sebagai alat yang digunakan suatu perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut.

## **2. Bentuk-Bentuk Strategi**

Adapun bentuk-bentuk strategi itu sendiri yang bisa dijadikan ukuran dalam berbagai aspek kegiatan atau aktivitas ekonomi atau bisnis meliputi tiga bentuk, diantaranya:

### **a. Strategi Fungsional**

Strategi fungsional adalah strategi yang lebih bersifat teknis yang merupakan rumusan arahan, pedoman dan operasional. Strategi tersebut terdiri dari 6 jenis, yaitu:

- 1) Strategi produksi, strategi ini untuk menetapkan apa yang menjadi produk unggulan, produk kompetitif, produk baru sesuai dengan kompetensi pokok yang dimiliki.
- 2) Strategi pemasaran, strategi ini untuk menetapkan pasar mana yang akan digarap, kondisi pasar yang bagaimana yang akan diinginkan, dan lain sebagainya.
- 3) Strategi promosi, strategi ini merupakan kelanjutan dari pemasaran dan produksi, yaitu promosi apa yang ingin diluncurkan, media apa yang akan digunakan untuk promosi dan sebagainya.
- 4) Strategi keuangan, dimana berkaitan dengan pendanaan serta ketersediaan dana baik untuk produksi, pemasaran dan bagian fungsional lainnya, dari mana dana tersebut didapat dan bagaimana penggunaannya.
- 5) Strategi sumber daya manusia (SDM) merupakan strategi penting dan harus mencakup seluruh fungsi manajemen. Pemilihan SDM yang tepat dan berkompeten pada bidang yang tepat sangatlah diperlukan.
- 6) Strategi fungsional lainnya, ini berkaitan dengan pihak luar seperti supplier, konsultan, agen dan lain sebagainya dengan memperhatikan transparansi, kejujuran dan keterbukaan.

Strategi fungsional ini lebih mengutamakan peningkatan kegiatan usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan, dengan menetapkan beberapa strategi fungsional, yaitu: strategi produksi, pemasaran, promosi, keuangan, sumber daya manusia (SDM), dan strategi fungsional lainnya.

#### **b. Strategi Investasi**

Strategi investasi adalah kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan tersebut melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali dari suatu divisi baru atau strategi divertasi dan sebagainya. Strategi investasi ini dapat diterapkan pada perusahaan yang berorientasi pada investasi yang bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan.

#### **c. Strategi Bisnis**

Strategi bisnis adalah suatu cara atau metode yang digunakan suatu perusahaan untuk dapat bertahan ditengah persaingan yang ada. Strategi bisnis juga merupakan kebijakan-kebijakan dan garis-garis pedoman yang menentukan cara sebuah perusahaan bersaing dalam sebuah industri dan khususnya cara perusahaan untuk membentuk keunggulan bersaing. Strategi bisnis adalah strategi yang menekankan pada peningkatan dari posisi kompetitif dari produk atau jasa perusahaan dalam industri yang spesifik atau segmen pasar yang dilayani oleh unit bisnis tersebut.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis adalah suatu cara yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk bertahan ditengah persaingan dengan melakukan peningkatan posisi kompetitif dari produk dan jasa. Strategi bisnis ini menjadi pedoman suatu perusahaan untuk membentuk keunggulan bersaing.

### **3. Jenis-Jenis Strategi**

Perbankan maupun lembaga non bank menghadapi banyak kesulitan dalam menghadapi sasaran pasar yang ada, seperti munculnya bank-bank baru, pembaharuan teknologi, kemudahan bertransaksi, aneka ragam hadiah dan promosi yang ditawarkan, dan sebagainya. Untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah, stabilitas dan kemampuan laba, maka suatu organisasi seperti perbankan dan lembaga non bank harus merancang strategi dalam pengembangan organisasinya. Pada prinsipnya ada lima macam strategi perbankan dimana strategi ini dapat juga berlaku bagi lembaga keuangan non bank lainnya.

#### **a. Strategi Penetrasi Pasar**

Strategi penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan (bank) meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar saat ini (lama) melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lamban. Perusahaan berusaha melakukan strategi pemasaran yang mampu menjangkau atau menggairahkan pasar yang sedang tumbuh secara lamban agar mampu tumbuh secara cepat.

Berdasarkan penjelasan diatas strategi penetrasi pasar adalah upaya yang dilakukan suatu perusahaan untuk meningkatkan jumlah nasabah pada pasar yang lama dengan menguatkan aspek promosi, dengan iklan yang makin efektif dan variatif sesuai target pasar. Distribusi yang aktif juga sangat berperan dalam melakukan strategi penetrasi pasar ini.

**b. Strategi Pengembangan produk**

Strategi pengembangan produk perbankan merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru. Inovasi dan kreatifitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini. Perusahaan selalu berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada nasabah yang dapat membantu memudahkan proses transaksi nasabah.

Tujuan dari strategi pengembangan produk ini adalah:

- 1) Memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah yang terus berubah (dinamis) seiring dengan perkembangan zaman.
- 2) Menghidupkan kembali pertumbuhan dari simpanan yang sudah lesu.
- 3) Menandingi penawaran baru dari perusahaan pesaing yang menawarkan produk baru terhadap nasabah.
- 4) Memanfaatkan teknologi baru.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan produk merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan produk-produk baru. Kunci utama dalam strategi ini adalah inovasi dan kreatifitas dalam penciptaan produk.

#### **c. Strategi Pengembangan Pasar**

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu usaha untuk membawa produk ke arah pasar baru dengan membuka atau mendirikan anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerja sama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap nasabah baru. Manajemen menggunakan strategi ini bilamana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat.

Berdasarkan urain diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan pasar ini dapat diterapkan oleh suatu perusahaan untuk melakukan perluasan pasar. Perluasan pasar ini dapat dilakukan dengan cara membuka atau mendirikan anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis untuk menjalin kerja sama.

#### **d. Strategi Integrasi**

Strategi integrasi merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh bank yang mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya yang dilakukan adalah strategi diversifikasi horizontal, yaitu penggabungan bank-bank (merger). Strategi ini dapat diterapkan pada suatu organisasi yang hampir valid. Sehingga jalan keluarnya adalah dengan menggabungkan bank-bank.

#### e. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi baik diversifikasi konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi konsentrasi yang dimaksud disini adalah bank memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perbankan yang dimiliki. Sementara diversifikasi konglomerat adalah perbankan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai varian produk perbankan kepada kelompok konglomerat (korporat). Strategi diversifikasi ini diterapkan apabila persaingan usaha yang dihadapi semakin kompleks, sehingga perlu pengadaan produk baru sesuai dengan segmen pasar yang diinginkan.

### C *Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT)*

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

#### 1. Pengertian

SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *strength* (S) dan *weakness* (W) serta lingkungan eksternal *opportunity* (O) dan *threat* (T) yang dihadapi pada dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*), peluang (*opportunity*), secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*)

dan ancaman (*threat*). Proses pengambilan keputusan strategi ini selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan.

## 2. Manfaat Analisis SWOT

Berikut beberapa manfaat analisis SWOT bagi perusahaan:

- a. Sebagai panduan bagi perusahaan untuk menyusun berbagai kebijakan strategis terkait rencana dan pelaksanaan di masa yang akan datang.
- b. Menjadi bentuk bahan kebijakan strategis dan sistem perencanaan sebuah perusahaan.
- c. Memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan, selanjutnya melalui informasi yang ada tersebut akan menjadi pedoman bagi pemilik perusahaan untuk melakukan kebijakan untuk di masa yang akan datang.
- d. Memberikan tantangan ide-ide baru bagi pihak manajemen perusahaan.

## 3. Rancangan Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Analisis SWOT bisa digunakan untuk menunjukkan kinerja perusahaan, dengan cara mengkombinasikan faktor internal dan eksternal suatu perusahaan.

### a. Tahapan penyusun SWOT

Proses penyusunan perencanaan strategi dalam analisis SWOT melalui 3 tahap analisis, yakni sebagai berikut:

1. Tahap pengumpulan data

Pada tahap ini adalah kegiatan pengumpulan data dan informasi terkait dengan faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Faktor internal perusahaan berupa pemasaran, produksi, keuangan, dan sumber daya manusia. Faktor eksternal perusahaan dalam hal ini dapat berupa ekonomi, politik, sosial budaya. Tahap pertama ini model yang dipakai adalah dengan menggunakan matrik faktor strategi internal dan matrik faktor strategi eksternal yang berasal dari perusahaan.

## 2. Tahap analisis

Informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan setelah dikumpulkan semua, maka tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut kedalam model yang akan digunakan. Informasi yang telah diperoleh kemudian disusun dalam bentuk matrik, kemudian dianalisis hal ini dilakukan karena untuk menentukan strategi yang tepat dalam mengoptimalkan usaha untuk mencapai kinerja yang efektif dan efisien serta berkelanjutan. Tahap kedua ini digunakan matrik SWOT, tujuannya adalah agar dapat dianalisis dari 4 alternatif strategi yang ada.

**Diagram 2.1 Matriks SWOT**

IFAS EFAS	<b>STRENGTHS</b> <b>(S)</b> • Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	<b>WEKNESSE</b> <b>S (W)</b> • Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
<b>OPPORTUNIS (O)</b> 1. Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	<b>Strategi SO</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi WO</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>THREATS (T)</b> 2. Tentukan 5-10 faktor Ancaman eksternal	<b>Strategi ST</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>Strategi WT</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

### 3. Tahap pengambilan keputusan

Pada tahap yang terakhir ini akan dikaji ulang dari empat strategi yang telah dirumuskan dalam tahap analisis. Setelah itu dapat diambil sebuah keputusan dalam menentukan strategi yang paling menguntungkan, efektif dan efisien bagi perusahaan yang bersangkutan tentunya dengan mendasarkan matriks SWOT dan pada akhirnya dapat disusun suatu rencana strategis yang akan dijadikan pegangan dalam melakukan kegiatan selanjutnya.

Terkait dengan melakukan analisis SWOT Freddy Rangkuti menyatakan pembuatan suatu matrik dimana masing-masing tersebut dapat diisi dengan berpedoman pada hal-hal berikut:

- a) *Strengths* (S) dibuat 5 sampai 10 kekuatan internal yang dimiliki oleh suatu perusahaan.
- b) *Weaknesses* (W) dibuat 5 sampai 10 kekuatan internal yang dimiliki oleh suatu perusahaan.
- c) Formulasi *Opportunities* (O) dibuat 5 sampai 10 kekuatan eksternal yang dimiliki oleh suatu usaha.
- d) *Threats* (T) dibuat 5 sampai 10 kekuatan eksternal yang dimiliki oleh suatu usaha.

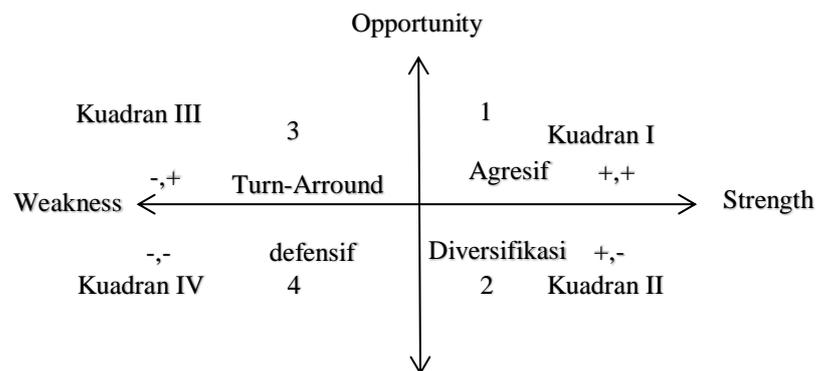
b. Model analisis

Ada beberapa model analisis yang bisa digunakan dalam SWOT, yaitu: matriks SWOT, matriks BCG, matriks internal eksternal, matriks SPACE, dan matriks *Grand Strategy*. Penelitian ini akan menggunakan model matriks SWOT, matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi.

Diagram 2.2 Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTH	WEAKNESS
OPPORTUNITY	Strategi SO (Agresif)	Strategi WO (Turn-Around)
THREAT	Strategi ST (Diversifikasi)	Strategi WT (Defensif)

Diagram 2.3 Analisis SWOT



*IFAS* adalah internal ~~strategic~~ *strategic factors analysis summary*, yaitu faktor-faktor strategi internal suatu perusahaan. *EFAS* adalah *eksternal strategic factors analysis summary* yaitu faktor-faktor strategi eksternal suatu perusahaan, apabila keduanya dibandingkan bisa menghasilkan alternatif strategi yaitu:

a) Strategi SO (Kuadran I)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b) Strategi ST (Kuadran II)

Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c) Strategi WO (Kuadran III)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang untuk mengatasi ancaman.

d) Strategi WT (Kuadran IV)

Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

### **BAB III**

#### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

##### **A Keadaan Umum *Baitul Māl Wat Tamwil* (BMT) Pat Sepakat**

BMT Pat Sepakat adalah suatu lembaga keuangan non bank yang menjalankan operasional sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dengan status badan hukum koperasi, yakni Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) atau Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi (UJKS Koperasi). Kantor BMT Pat Sepakat beralamatkan di Jln. DR. AK. Gani. Kotak Pos 108 Kelurahan Dusun Curup, Kecamatan Curup Utara, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu.

BMT Pat Sepakat dikelola oleh tenaga profesional yang memahami dan mengerti mengenai prinsip-prinsip syariah. Pengelola BMT Pat Sepakat berasal dari alumni IAIN Curup khususnya prodi Perbankan Syariah, selain mempermudah dalam pelaksanaan produk-produk yang akan dijalankan, juga memberikan motivasi bagi mahasiswa prodi Perbankan Syariah untuk bisa direkrut dalam lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank seperti BMT Pat Sepakat.

Kegiatan pokok instansi BMT Pat Sepakat sama dengan instansi-instansi yang lainnya yang menghimpun dana dan menyalurkan dana. Pembiayaan pada BMT Pat Sepakat IAIN Curup terdapat berbagai macam pembiayaan diantaranya pembiayaan *mudharabah*. Pembiayaan *mudharabah* adalah kerja sama antara dua atau lebih pihak, pengelola modal (*shahibul maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola modal (*mudharib*) dengan

suatu perjanjian pembagian keuntungan. Sementara kerugian apabila bukan kelalaian pengelola maka kerugian ditanggung oleh pemilik modal, namun apabila pengelola modal dengan sengaja melakukan kecurangan atau kelalaian maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

Anggota BMT Pat Sepakat IAIN Curup mencakup para pedagang kecil yang berada disekitar wilayah IAIN Curup dan diluar wilayah IAIN. BMT Pat Sepakat membantu dalam mengatasi permasalahan modal para anggota yang kekurangan modal, dalam meningkatkan usaha melalui pemberian pinjaman modal, kemampuan anggota dalam memajukan usaha tergantung dari modal usaha tersebut.

Jumlah karyawan di BMT Pat Sepakat awalnya berjumlah 3 orang namun diawal tahun 2015 terjadi perubahan kebijakan hanya ada 2 orang karyawan yaitu *manager* dan administrasi. Tahun 2017 karyawan BMT Pat Sepakat bertambah satu orang yaitu staf fotocopy karena BMT sudah membuka usaha baru yaitu fotocopy, print dan menjual berbagai jenis ATK, jadi dengan bantuan ketiga karyawan inilah BMT Pat Sepakat menjalankan operasionalnya. Terdapat tiga jenis tanggung jawab dan tugas karyawan yaitu adalah:

1. *Manager* Operasional

*Manager* operasional bertugas mengambil keputusan dalam kegiatan operasional yang dijalankan oleh BMT sekaligus merangkap menjadi marketing BMT.

## 2. Petugas Administrasi

Petugas administrasi bertugas untuk melakukan segala hal yang berhubungan dengan administrasi dan juga keuangan BMT diantaranya seperti membuat laporan keuangan, melayani nasabah dan lainnya.

## 3. Petugas Fotocopy

Petugas fotocopy bertugas untuk melayani masalah fotocopy dan melayani yang berhubungan dengan penjualan ATK.

Target utama yang menjadi tujuan 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. Adanya instansi ini diharapkan dapat mempermudah masyarakat dalam aktivitas ekonomi dan bermanfaat bagi masyarakat.

## **B Sejarah BMT (*Baitul Maal Wat Tamwil*) Pat Sepakat**

Perencanaan mendirikan BMT sudah terpikirkan pada tahun 2010. Dimana pada tahun 2010 diadakan pelantikan pengelolaan BMT. Rencana yang telah dirancang sedemikian rupa masih belum bisa terealisasi dalam kenyataan. Penyebab belum bisa terealisasinya BMT, karena belum adanya calon pengelola khusus dari mahasiswa prodi Perbankan Syariah. Mengingat sebelumnya bahwa prodi perbankan syariah baru didirikan pada tahun 2008/2009.

Alasan yang melatarbelakangi didirikannya BMT Pat Sepakat ini yaitu sebagai praktik riil bagi mahasiswa dalam bidang lembaga keuangan, sehingga mahasiswa tidak hanya mempelajari teorinya saja tetapi paham terhadap praktek

keuangan syariah yang sesungguhnya, kemudian untuk memperkenalkan kepada masyarakat tentang lembaga keuangan syariah yang riil syariah. BMT ini bisa berinovasi dan mendesain akad disesuaikan dengan prinsip syariah.

Lembaga keuangan merupakan sebuah kebutuhan, dimana BMT Pat Sepakat diharapkan bisa mensejahterakan anggotanya dan juga warga yang berada di lingkungan IAIN Curup. BMT adalah lembaga keuangan yang paling memungkinkan untuk didirikan di IAIN Curup, karena untuk mendirikan BMT modal yang diperlukan minimal Rp. 20.000.000 (dua puluh juta rupiah) yang diprediksi tidak terlalu memberatkan bagi pendiri.

Proses awal pendirian BMT Pat Sepakat ini dimulai dari ide atau wacana yang disampaikan oleh ketua prodi Perbankan Syariah yaitu Noprizal, M. Ag dan juga kesepakatan yang dibuat oleh dosen Jurusan Syariah lainnya untuk mendirikan sebuah BMT. Setelah itu barulah dibentuk Panitia Penyiapan Pendirian BMT (P3B), sebagai sekretaris saat itu adalah Muhammad Rahman Bayumi dan bendaharanya Irma Sari, keduanya tidak lain merupakan alumni prodi Perbankan Syariah. P3B ini bertugas mencari calon pendiri dan juga modal awal untuk pendirian BMT.

Awalnya untuk memenuhi syarat pendirian BMT hanya dibutuhkan 20 calon pendiri dengan modal awal Rp. 1.000.000 per orang, terdapat 46 orang calon yang bersedia untuk menjadi pendiri. Namun dalam proses hanya terdapat kurang lebih 33 orang pendiri yang menyerahkan modal awal sebesar Rp. 1.000.000 yang telah disepakati. Akhirnya pada tanggal 02 Mei 2014, diadakanlah rapat pendiri BMT Pat Sepakat di gedung aula prodi Perbankan

Syariah yang diikuti oleh 33 pendiri BMT Pat Sepakat dengan total modal Rp. 33.000.000 (tiga puluh tiga juta rupiah).

Rapat pendiri membahas masalah Anggaran Dasar Rumah Tangga (ADRT), mekanisme kerja BMT, sasaran, strategi, kebijakan dan program kerja setelah diadakan rapat pendiri, maka operasional BMT Pat Sepakat dimulai pada 23 Mei 2014 dan pada tanggal 30 Mei 2014 diadakanlah peresmian BMT Pat Sepakat. Peresmian dilakukan oleh wakil ketua 1 IAIN Curup saat itu yaitu Sugiarno, S.Ag., M.Pd.I.

Nama Pat Sepakat yang digunakan sebagai identitas BMT mempunyai makna yang sangat mendalam, dimana Pat Sepakat sebagai identitas terdiri dari empat unsur yaitu Dosen, Mahasiswa, Alumni dan Karyawan atau Staf. Keempat unsure yang berbeda-beda ini sepakat untuk mendirikan BMT. Selain itu jika disingkat Pat Sepakat akan menjadi PS yaitu singkatan dari prodi Perbankan Syariah yang merupakan penggagas di dirikannya BMT Pat Sepakat ini. Selain itu kata Pat Sepakat sendiri membawa unsur bahasa daerah Rejang, sehingga masyarakat diharapkan menjadi lebih mudah menerima keberadaan BMT Pat Sepakat ini.

## **C Visi dan Misi BMT Pat Sepakat**

### **1. 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.

## 2. Misi BMT Pat Sepakat

Memberikan kontribusi nyata dalam pembangunan melalui pemberian permohonan tentang perekonomian yang sesuai dengan syariat Islam dan penerapan prinsip syariah dalam bermuamalah, mewujudkan lembaga keuangan syariah yang berbasis kejujuran, amanah, hemat, kerja keras, rukun dan kompak.

## 3. Moto BMT Pat Sepakat

Sepakat mengemban amanah menjauhi riba dan menuju hidup berkah.

### **D Struktur Organisasi BMT Pat Sepakat**

Personalia dan susunan pengurus BMT Pat Sepakat periode 2017-2018 berdasarkan keputusan rapat pembentukan pengurus tanggal 28 Februari 2017 sebagai berikut:



juga dipertegas oleh KEP.MEN nomor 91 tahun 2004 tentang Koperasi Jasa Keuangan Syariah. Peraturan Menteri Negara Koperasi dan UKM RI No:35.2/PER/M.KUKM/X/2007 tentang Pedoman Standar Operasional Manajemen Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dan Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS). Peraturan Menteri Negara Koperasi dan UKM RI No: 19/PER/M.KUKM/XI/2008 tentang pedoman pelaksanaan kegiatan Usaha Simpan Pinjam (USP) oleh koperasi.

#### **F Kegiatan Pokok BMT Pat Sepakat**

Kegiatan pokok Instansi BMT Pat Sepakat sama dengan Instansi-Instansi yang lainnya yaitu menghimpun dana dan menyalurkan dana. Tetapi yang membedakan dengan lembaga keuangan lainnya adalah bahwa BMT Pat Sepakat benar-benar melaksanakan setiap kegiatannya sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini ditunjukkan dengan bukti-bukti produk yang ditawarkan oleh BMT Pat Sepakat menggunakan prinsip syariah dan sesuai dengan ajaran-ajaran yang ada dalam Al-Qur'an Hadits.

Hal lain yang membedakan BMT Pat Sepakat IAIN Curup dari lembaga keuangan lainnya adalah setiap produk yang akan ditawarkan kepada masyarakat harus melalui analisis dan persetujuan dari pengurus dan Dewan Pengawas Syari'ah. Tujuan dari BMT Pat Sepakat tidak hanya mencari keuntungan semata tetapi juga ingin membantu masyarakat untuk menghindari riba sebagaimana dalam QS. Al-Baqarah: 275

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

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

Ayat diatas sudah jelas tentang larangan memakan riba. Hal inilah yang membedakan BMT Pat Sepakat dari lembaga keuangan lainnya adalah setiap produk yang akan ditawarkan kepada masyarakat harus melalui analisis dan persetujuan dari pengurus dan Dewan Pengawas Syariah agar terhindar dari praktik riba.

## G Produk-Produk BMT Pat Sepakat:

BMT Pat Sepakat memiliki beberapa produk yaitu:

### 1. Produk Penghimpun Dana

Ada beberapa jenis produk penghimpun dana yang ada di BMT Pat Sepakat yang meliputi:

- a. Tabungan Sepakat merupakan tabungan dengan menggunakan akad *wadi'ah* (titipan) yaitu titipan dana yang tiap waktu dapat ditarik pemilik atau anggota dengan mengeluarkan semacam surat berharga pemindahbukuan atau transfer dan perintah membayar lainnya. Simpanan yang berakad *wadi'ah* ada dua macam, yakni *wadi'ah yad amanah*, yaitu titipan dana zakat, infak dan shadaqah dan *wadi'ah yad dhamanah*, yaitu titipan yang akan mendapat bonus dari pihak bank syariah jika bank syariah mengalami keuntungan. Tabungan Sepakat penarikannya dapat dilakukan setiap saat (saat jam kerja). Keuntungan yang diberikan berupa bonus sesuai dengan kebijakan BMT dan tidak diperjanjikan diawal. Minimum saldo pembukaan tabungan Rp. 25.000 dan minimum saldo penarikan Rp. 5.000.
- b. Tabungan Pendidikan Sepakat merupakan tabungan yang penarikannya dapat dilakukan dua kali dalam setahun pada saat ajaran baru dan pada saat semester.
- c. Tabungan *Idul Fitri* Sepakat merupakan tabungan yang diperlukan untuk *Idul Fitri*. Penarikannya hanya dapat dilakukan sekali pada saat *Idul Fitri*. Seperti tabungan Lebaran Ceria merupakan tabungan yang diperuntukkan untuk nasabah yang merencanakan keperluan lebaran. Penarikannya hanya dapat dilakukan sembilan bulan sekali dan akad yang digunakan adalah akad *wadi'ah*.

- d. Tabungan *Qurban* atau *Aqiqah* Sepakat merupakan tabungan yang tujuannya untuk keperluan hewan *Qurban* atau *Aqiqah*. Penarikannya dapat dilakukan menjelang hari raya *Idul Adha*.
- e. Tabungan *Walimah* Sepakat merupakan tabungan yang diperuntukkan untuk nasabah yang merencanakan pernikahan. Penarikan dapat dilakukan satu kali satu bulan menjelang pernikahan.
- f. Tabungan *Umrah* Sepakat merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah yang ingin melaksanakan *Umrah*. Penarikannya dapat dilakukan pada saat akan mengikuti *Umrah*.
- g. Deposito Sepakat merupakan tabungan berjangka atau investasi yang penarikannya bisa tiga bulan sekali, enam bulan sekali, satu tahun sekali, 2 tahun sekali, tergantung kesepakatan masing-masing. Minimum saldo tabungan Rp. 1.000.000.

## 2. Produk Penyaluran Dana

- a. Pembiayaan Prinsip Bagi Hasil
  - 1) Pembiayaan *mudharabah* adalah akad kerjasama antara BMT (selaku pemilik modal) dengan mitra (selaku pengelola modal) untuk mengelola usaha yang produktif dan halal. Keuntungan dibagi sesuai kesepakatan *nisbah* diawal perjanjian. Pembiayaan *mudharabah* ini terbagi menjadi dua yaitu *mudharabah* murni dan *mudharabah taqsith*.
  - 2) Pembiayaan *musyarakah* merupakan akad kerjasama antara BMT dengan mitra sumber dana berasal dari kedua belah pihak.

Keuntungan dibagi sesuai kesepakatan *nisbah* diawal perjanjian. *Musyarakah* ini terbagi menjadi dua macam yaitu *musyarakah* murni dan *musyarakah mutanaqhisah* (dimana porsi modal atau kepemilikan dari seorang musyarik dibeli secara bertahap oleh musyarik lain hingga porsi modal atau kepemilikan musyarik tersebut habis terbeli sehingga usaha atau barang tersebut menjadi milik musyarik lain sepenuhnya).

b. Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* merupakan jual beli yang dilakukan oleh BMT kepada nasabah dengan menyebutkan harga pokok dan margin yang diinginkan oleh pihak BMT. Dalam hal margin, harus sesuai kesepakatan masing-masing.

c. Pembiayaan *Ijarah*

Pembiayaan *ijarah* yaitu BMT menyewakan barang atau jasa kepada nasabah dengan harga sewa yang telah disepakati dan diangsur setiap bulan.

d. Pembiayaan Dana Kebajikan (*Qardhul Hasan*)

Pembiayaan dana kebajikan (*qardhul hasan*) pinjaman tanpa adanya tambahan pengembalian kecuali sebatas biaya administrasi. Penyaluran dan dalam bentuk pinjaman untuk tujuan menolong golongan miskin dengan penggunaan produktif tanpa diminta imbalan kecuali pengembalian pokok hutang.

## H Data Nasabah BMT

Sebuah lembaga keuangan ataupun lembaga keuangan *non bank* pasti mempunyai nasabah begitu juga dengan *Baitul Māl wat Tamwil* (BMT) Pat Sepakat Curup.

### 1. Keanggotaan

*Baitul Māl wat Tamwil* (BMT) Pat Sepakat awal berdirinya yaitu pada tahun 2014 hanya memiliki 33 orang pendiri atau anggota yang masing-masing menyerahkan modal awal sebesar Rp. 1.000.000 yang telah disepakati. Hingga pada awal tahun 2017 jumlah anggota BMT Pat Sepakat menjadi 78 orang dengan jumlah aktif sebesar 60 orang. Selama tahun 2017 ada penambahan anggota sebanyak 148 orang, anggota yang keluar karena pindah tugas dan atas permintaan sendiri sebanyak 14 orang. Sampai pada saat ini anggota masih aktif berjumlah 212 orang. Dengan rincian alasan keluar sebagai berikut:

- a. Atas permintaan sendiri  $\pm 3\%$
- b. Karena lunas pembiayaan  $\pm 2\%$
- c. Sisanya karena alasan lain, baik itu karena pembiayaan ditolak maupun karena pindah tugas.

Berdasarkan 212 orang yang masih keanggotaannya masih aktif ini, 48% macet dalam pembayaran iuran wajib anggota, dengan masing-masing alasan sebagai berikut:

- a. Komunikasi  $\pm 8\%$
- b. Pindah tugas  $\pm 2\%$

c. Pembiayaan  $\pm$  10%

d. Tidak atau kurangnya inisiatif membayar  $\pm$  28%

## 2. Permodalan BMT Pat Sepakat

Pada awal beroperasinya BMT Pat Sepakat yaitu pada tanggal 23 Mei 2014 dan diresmikan pada tanggal 30 Mei 2014, BMT Pat Sepakat hanya memiliki modal yang berjumlah Rp. 33.000.000. Hingga pada Desember 2014 Modal BMT Pat Sepakat mengalami peningkatan yaitu menjadi Rp. 57.200.000. Pada Desember tahun 2015 modal BMT Pat Sepakat mengalami penurunan yaitu menjadi Rp. 51.950.000 dan Desember 2016 mengalami penurunan menjadi Rp. 43. 600.000. Hingga pada November 2017 modal BMT Pat Sepakat mengalami kenaikan modal yaitu menjadi Rp. 71.000.025.

Dalam laporan pertanggung jawaban pengurus dan Dewan Pengawas Syariah tahun 2018 bahwa modal yang dimiliki BMT Pat Sepakat terdiri dari:

Modal Sendiri		:Rp. 129.175.000,-
Simpanan Pokok	:Rp. 72.425.000,-	
Simpanan Wajib	:Rp. 55.500.000,-	
Dana Cadangan	:Rp. 1.250.000,-	
<b>Jumlah</b>		<b>:Rp. 161.936.305,-</b>
Modal Luar		
Tabungan Sepakat	:Rp. 34.472.574,-	
Tabungan Walimah	:Rp. 0,-	
Tabungan Idul Fitri	:Rp. 117.000,-	
Tabungan Qurban	:Rp. 40.000,-	
Tabungan Pendidikan	:Rp. 155.000,-	
Simpanan Sukarela	:Rp. 27.151.731,-	
Simpanan Qardhul Hasan	:Rp. 100.000.000,-	
<b>Jumlah</b>		<b>:Rp. 291.111.305,-</b>

## b. Kegiatan Instansi

Adapun beberapa kegiatan dari BMT Pat Sepakat Curup ini adalah.

## 1. Jam buka layanan

BMT Pat Sepakat mempunyai jadwal atau jam layanan yaitu:

- a) Senin-Kamis : Buka pukul 08.00 dan Tutup pukul 14.00
- b) Jum'at : Buka pukul 08.00 dan Tutup pukul 11.00
- c) Sabtu : Buka pukul 08.00 dan Tutup pukul 14.00

## 2. Prosedur Pendaftaran Anggota BMT

BMT Pat Sepakat ini mempunyai prosedur tersendiri dalam menerima anggota baru. Calon anggota BMT harus mengikuti beberapa prosedurnya yaitu:

- a) Foto kopi KTP 1 lembar
- b) Mengisi formulir permohonan yang telah disediakan oleh BMT
- c) Pat foto 3x4 2 lembar
- d) Bersedia mematuhi semua ketentuan yang berlaku di BMT Pat Sepakat
- e) Biaya administrasi Rp. 5.000,-

Angsuran-angsuran yang harus dibayar oleh anggota yaitu:

- a) Angsuran Pokok Anggota Penuh : Rp. 1.000.000,-
- b) Angsuran Pokok Anggota Biasa : Rp. 300.000,-
- c) Simpanan Wajib Anggota Biasa : Rp. 20.000,-
- d) Simpanan Wajib Anggota dari kalangan Dosen : Rp. 50.000,-

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang peneliti dapatkan berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Rendra Anjaswara selaku *manager* BMT Pat Sepakat dan Ibu Nining Doyosi selaku administrasi BMT Pat Sepakat serta hasil observasi, studi kepustakaan, dan dokumentasi pendukung dari BMT adalah sebagai berikut:

##### 1. Perkembangan *Baitul Māl wat Tamwil* (BMT) Pat Sepakat

Perkembangan BMT Pat Sepakat berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Nining Doyosi selaku administrasi BMT Pat Sepakat menyatakan bahwa BMT Pat Sepakat dari awal berdiri sampai sekarang selalu mengalami peningkatan jika dilihat dari jumlah nasabah, dan jumlah asset sedangkan jumlah laba mengalami naik turun setiap tahunnya. Perkembangan BMT Pat Sepakat lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:<sup>1</sup>

**Tabel 4.1 Perkembangan BMT Pat Sepakat**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>	<b>Jumlah Asset</b>	<b>Jumlah Laba</b>
2015	90 orang	Rp. 99.519.800	Rp. 8.909
2016	110 orang	Rp. 111.776.300	Rp. (11.310.693)
2017	226 orang	Rp. 291.111.305	Rp. (6.728.131)

Pertumbuhan BMT Pat Sepakat berdasarkan tabel diatas adalah sebagai berikut:

---

<sup>1</sup> *Dokumentasi*, BMT Pat Sepakat Curup

**Tabel 4.2 Pertumbuhan BMT Pat Sepakat**

Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Asset	Jumlah Laba
2016	22,22%	12,32%	-
2017	10,5,45%	160,44%	-40,52%

Pertumbuhan BMT Pat Sepakat berdasarkan tabel diatas selalu mengalami pertumbuhan positif, dimana pertumbuhan dari tahun ke tahunnya adalah sebagai berikut:

- a. Jumlah nasabah, maka pertumbuhannya mengalami kenaikan dari tahun 2016 ke 2017 yaitu sebesar 83,23%.
- b. Jumlah asset, maka pertumbuhannya mengalami kenaikan dari tahun 2016 ke 2017 yaitu sebesar 148,12%.
- c. Jumlah laba, maka pertumbuhannya mengalami kenaikan dari tahun 2016 ke 2017 yaitu sebesar 87,06%.

Data diatas menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah nasabah, pembiayaan yang disalurkan, asset dan laba mengalami pertumbuhan yang sangat bagus. BMT harus tetap meningkatkan kualitas kinerjanya karena melihat bahwa BMT sekarang ini masih dalam kerugian.

## 2. Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantangan BMT Pat Sepakat

Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Perencanaan strategi harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal perusahaan yaitu kekuatan dan kelemahan, faktor eksternal perusahaan yaitu peluang dan ancaman.

### 1. Faktor Internal

Hasil identifikasi lingkungan internal BMT Pat Sepakat Curup diperoleh 5 faktor kekuatan dan 5 faktor kelemahan.

#### a. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan atau lembaga keuangan, yang mana dapat membuatnya lebih kuat dari pesaingnya.<sup>2</sup> BMT Pat Sepakat berdasarkan hasil wawancara memiliki 5 faktor kekuatan yaitu:

##### 1) Margin yang kompetitif dan lebih ringan

BMT memberikan margin yang kompetitif untuk simpanan dan margin yang lebih ringan untuk pembiayaan, sehingga para nasabah yang melakukan pembiayaan tidak merasa terbebani dengan besarnya margin yang ditetapkan sesuai dengan prinsip yang diterapkan yaitu suka sama suka, seperti yang disampaikan oleh *manager* BMT Pat Sepakat:

“untuk margin BMT memberikan margin yang kompetitif untuk simpanan yaitu BMT : Mitra 70 : 30, sedangkan untuk

---

<sup>2</sup> Jamuri Antoso, *Strategi Pendirian Koperasi Syariah di Kabupaten Lebong*. (Skripsi. Fak. STAIN Curup 2017), h. 12

margin pembiayaan BMT itu lebih ringan dibandingkan dengan lembaga keuangan syariah lainnya”.<sup>3</sup>

Margin yang kompetitif baik pada simpanan maupun pembiayaan yang diberikan BMT menjadi kekuatan tersendiri bagi BMT untuk menarik konsumen atau nasabah untuk melakukan transaksi pembiayaan ataupun simpanan pada BMT. Pembiayaan dengan margin yang lebih ringan membuat UKM menjadikan BMT sebagai alternatif dalam pengembangan usahanya.

2) Tingkat pendidikan pengelola dan pengurus yang cukup tinggi

Sumber daya manusia sangat berperan dalam pengelolaan lembaga. Kapasitas SDM yang integritas staf, keahliannya dalam operasional produk dan kecepatan dalam memberikan pelayanan sangat penting dalam upaya pengembangan lembaga atau perusahaan. BMT Pat Sepakat memiliki pengelola maupun pengurus yang memiliki kemampuan yang baik karena pengelola dan pengurus merupakan dosen Syariah IAIN Curup, dan pengurus BMT Pat Sepakat juga merupakan alumni IAIN Curup Jurusan Syariah.<sup>4</sup> Pengelolaan BMT Pat Sepakat ini dapat berjalan sesuai dengan syariat Islam dan operasionalnya dapat dilakukan dengan baik karena memiliki pengurus dan pengelola yang sesuai dengan bidang pendidikannya.

---

<sup>3</sup> Rendra Anjaswara (*Manager* BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, 04 Juli 2018, pukul 11.15

<sup>4</sup> *Dokumentasi* BMT Pat Sepakat

### 3) Ketersediaan sarana dan prasarana yang cukup memadai

Sarana dan prasarana yang memadai turut membantu penyelesaian pekerjaan dengan lebih cepat. Peralatan pendukung menjadi motivasi bagi pengelola dalam bekerja. BMT Pat Sepakat memiliki sarana dan prasarana yang cukup memadai untuk memperlancar kegiatan operasionalnya, seperti yang disampaikan oleh *manager* BMT Pat Sepakat:

“Sarana dan prasarana yang kami miliki sekarang ini cukup memadai dalam kegiatan operasional kami, dimana kalau nanti kami membutuhkan penambahan peralatan lainnya maka nanti kami akan tambahkan sesuai dengan yang kami butuhkan”.<sup>5</sup>

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa sarana dan prasarana yang dimiliki BMT Pat Sepakat sudah cukup memadai dalam menunjang kegiatan operasional BMT. BMT Pat Sepakat memiliki sarana dan prasarana seperti komputer, mesin fotocopy, printer dan lain sebagainya, seperti yang disampaikan oleh administrasi BMT Pat Sepakat berikut:

“untuk sekarang ini BMT Pat Sepakat memiliki sarana dan prasarana yaitu 2 unit komputer, 1 mesin fotocopy, 1 unit printer yang mendukung kinerja BMT dalam melayani nasabah”.<sup>6</sup>

Sarana dan prasana yang memadai memiliki peran yang penting untuk memperlancar kegiatan operasional suatu lembaga keuangan seperti BMT. Sarana dan prasarana yang dimiliki juga mendukung kegiatan BMT dalam usaha pengembangan usaha.

### 4) Sistem Syariah

---

<sup>5</sup> Rendra Anjaswara (Manager BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, 04 Juli 2018, pukul 11.20

<sup>6</sup> Nining Doyosi (Administrasi BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, 26 Juni 2018, pukul 10.30

BMT pat Sepakat menerapkan prinsip syariah dalam operasionalnya. Prinsip yang diterapkan yaitu prinsip suka sama suka (*'antaradha minkum*) dan sistem bagi hasil, sehingga tidak ada paksaan antara kedua belah pihak, dan transaksi yang dijalankan oleh BMT 100% tidak riba, seperti yang disampaikan oleh administrasi BMT Pat Sepakat berikut:

“ Standar Operasional dan Prosedur yang diterapkan BMT itu tidak jauh dari prinsip suka sama suka (*'antaradha minkum*), 100% tidak riba dan margin pembiayaan yang kompetitif sehingga tidak memberatkan bagi nasabah yang melakukan pembiayaan.”<sup>7</sup>

Sistem syariah yang diterapkan BMT Pat Sepakat menjadi kekuatan tersendiri bagi BMT. Masyarakat yang tidak ingin bertransaksi dengan bank konvensional bisa beralih kepada BMT yang 100% tidak riba dan pastinya terhindar dari dosa. Prinsip yang diterapkan juga menjadi daya tarik bagi BMT, dengan prinsip suka sama suka yang diterapkan nasabah atau konsumen tidak merasa terpaksa dan terbebani dalam melakukan transaksi di BMT Pat Sepakat.

##### 5) Penerapan strategi jemput bola

Strategi jemput bola yang diterapkan BMT Pat Sepakat merupakan kekuatan yang paling utama karena melihat lokasi BMT yang kurang strategis. Strategi jemput bola yang dilakukan seperti menggunakan media sosial yang nyatanya masih cukup menjanjikan. Teknik ini memberikan jangkauan yang relative lebih luas dengan biaya marketing

---

<sup>7</sup> Nining Doyosi (Administrasi BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, 26 Juni 2018, pukul 10.35 WIB

yang lebih rendah. Strategi jemput bola lainnya yang diterapkan BMT adalah mendatangi para nasabah ataupun calon nasabah kerumah-rumah, tempat kerja dan lain-lainnya, seperti yang disampaikan oleh *manager* BMT Pat Sepakat berikut:

“Solusi yang kami lakukan dalam menghadapi kendala lokasi yang kurang strategis ini, kami melakukan strategi jemput bola kepada nasabah kami ataupun calon nasabah, kami mendatangi rumah-rumah nasabah yang ingin melakukan pembayaran angsuran ataupun simpanan wajib dan juga mendatangi rumah calon nasabah.”<sup>8</sup>

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa strategi jemput bola yang diterapkan menjadi solusi utama dalam menanggulangi kendala lokasi yang kurang strategi. Lokasi yang kurang strategis mengharuskan BMT Pat Sepakat lebih giat lagi dalam menjalankan strategi jemput bola ini.

#### **b. Kelemahan (*Weaknesses*)**

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam hal sumber daya yang menjadi penghalang atau kendala bagi kinerja organisasi.<sup>9</sup> BMT Pat Sepakat mengalami beberapa kendala dalam menjalankan operasionalnya diantaranya adalah sebagai berikut:

##### 1) Lokasi yang kurang strategis

Lokasi BMT Pat Sepakat berada di lingkungan kampus IAIN Curup tepatnya di jurusan Syariah. Lokasi BMT yang berada diujung

---

WIB <sup>8</sup> Rendra Anjaswara (Manager BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, 04 Juli 2018, pukul 11.25

<sup>9</sup> Jamuri Antoso, *Op. Cit.*,

kampus membuat banyak mahasiswa IAIN Curup tidak mengetahui tentang BMT bahkan mahasiswa Jurusan Syariah sekalipun banyak yang tidak mengetahui keberadaan maupun apa itu BMT itu sendiri. Lokasi yang jauh ini juga menghambat para nasabah yang sudah menjadi anggota untuk membayar angsuran ataupun membayar simpanan wajib mereka, seperti yang disampaikan oleh *manager* BMT Pat Sepakat:

“Kurang strategisnya lokasi jelas berakibat pada kurang banyaknya masyarakat yang mengetahui ataupun melihat secara visual kantor kami, kemudian juga akses transportasi kesini juga cukup susah dikarenakan jalan yang cukup jauh dari jalan raya, mungkin kendala dari anggota yang mungkin mau membayar angsuran pembiayaannya atau membayar simpanan wajib itu karena lokasi yang jauh sehingga solusinya kami yang menagih”.<sup>10</sup>

Lokasi yang jauh ini menjadi kendala perkembangan BMT karena masyarakat dan mahasiswa IAIN Curup sendiri banyak yang tidak mengenal apa itu BMT dan juga tidak mengetahui keberadaan BMT yang ada di lingkungan kampus IAIN Curup. Akses transportasi yang cukup susah karena jauh dari jalan raya membuat nasabah yang sudah menjadi anggota juga terkendala dalam melakukan pembayaran angsuran ataupun simpanan wajib mereka.

## 2) Kurangnya permodalan

Modal merupakan penggunaan dana yang digunakan oleh perusahaan untuk mendukung kegiatan operasinya. Modal akan menjadikan perusahaan dapat memenuhi kewajiban jangka pendek yang berguna untuk menjalankan kegiatan operasional setiap hari. Jumlah

---

<sup>10</sup> Rendra Anjaswara (Manager BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, 04 Juli 2018, pukul 12.30 WIB

modal yang dimiliki BMT sekarang ini masih sangat minim oleh karenanya BMT belum bisa memberikan plafon pembiayaan yang tinggi hanya mampu memberikan maksimal plafon pembiayaan sebesar Rp. 5.000.000 saja, seperti yang disampaikan oleh *manager* BMT Pat Sepakat:

“dari segi plafon pembiayaan BMT juga berbeda dengan lembaga keuangan syariah lainnya mungkin disebabkan juga kami masih memiliki dana yang terbatas sehingga memberikan maksimal plafon pembiayaan itu sebesar Rp. 5.000.000 saja untuk anggota”.<sup>11</sup>

Modal yang minim yang dimiliki BMT ini menjadi kendala dalam upaya pengembangan BMT, sedangkan modal menjadi aspek penting bagi perkembangan BMT kedepannya. Modal yang minim ini menjadikan BMT hanya mampu memberikan maksimal plafon pembiayaan sebesar Rp. 5.000.000 saja.

### 3) Kurangnya tenaga marketing

Sumber daya manusia sangat berperan dalam pengelolaan lembaga atau perusahaan. Kapasitas SDM dan keahliannya dalam menjalankan operasional produk dan kecepatan dalam memberikan pelayanan merupakan aspek penting dalam upaya pengembangan perusahaan. BMT Pat Sepakat sekarang ini hanya memiliki 3 orang pengurus, yang terdiri dari *manager*, administrasi dan staf fotocopy. Jumlah pengelola yang masih sedikit ini menjadi salah satu kendala bagi BMT. Kendala yang dihadapi BMT yaitu dalam proses pemasaran dimana BMT belum

---

<sup>11</sup> Rendra Anjaswara (Manager BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, 04 Juli 2018, pukul 11.35 WIB

memiliki tenaga kerja khusus dalam marketing, seperti yang disampaikan oleh administrasi BMT Pat Sepakat berikut:

“untuk masalah tenaga kerja kami masih kekurangan khususnya tenaga kerja yang khusus untuk marketing, dimana tenaga marketing BMT sekarang ini diambil alih oleh manager kami, dan kami sebagai admin BMT juga ikut melakukan proses marketing melalui media sosial dan dari mulut ke mulut”.<sup>12</sup>

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa perlunya penambahan tenaga kerja supaya operasional BMT dapat berjalan lebih efektif, dimana masing-masing karyawan atau pengelola fokus pada bidangnya masing-masing. Kurangnya tenaga marketing ini menjadi salah satu kendala bagi BMT dalam upaya pengembangan.

#### 4) Belum adanya legalitas pendirian

Izin usaha merupakan suatu bentuk persetujuan atau pemberian izin dari pihak berwenang atas penyelenggaraan suatu kegiatan usaha oleh seorang pengusaha atau suatu perusahaan. Seorang pengusaha atau suatu perusahaan wajib untuk mengurus dan memiliki izin usaha dari instansi pemerintah yang sesuai dengan bidangnya demi kelancaran usaha. BMT Pat Sepakat belum memiliki surat izin usaha, seperti yang disampaikan oleh administrasi BMT Pat Sepakat berikut:

“untuk surat izin usaha BMT saat ini belum memiliki surat izin usaha, kami pernah mengurus masalah surat izin usaha ke dinas koperasi namun pihak koperasi mengatakan harus menunggu pengawas dari pusat, sehingga surat izin usaha BMT sampai sekarang belum bisa diselesaikan”.<sup>13</sup>

<sup>12</sup> Nining Doyosi (Administrasi BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, 26 Juni 2018, pukul 10.40

<sup>13</sup> Nining Doyosi (Administrasi BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, 26 Juni 2018, pukul 10.45

Sarana perlindungan hukum merupakan salah satu manfaat adanya izin usaha sehingga perusahaan tidak merasa cemas dan takut akan adanya tindakan pembongkaran penertiban. Rasa cemas dan takut ini mempengaruhi kelancaran usaha seperti terganggunya upaya perluasan wilayah pemasaran, seperti yang disampaikan oleh administrasi BMT Pat Sepakat berikut:

“dalam upaya pengembangan BMT kami mengalami kendala dalam usaha menarik konsumen atau nasabah sebanyak-banyaknya karena wilayah pemasaran kami yang masih terbatas di lingkungan kampus ditambah lagi lokasi BMT yang kurang strategis sehingga membuat masyarakat tidak mengetahui keberadaan BMT,hal ini disebabkan BMT yang belum mempunyai izin usaha sehingga wilayah pemasaran kami menjadi terbatas karena untuk menghindari sesuatu yang tidak diinginkan.”<sup>14</sup>

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa surat izin usaha merupakan aspek penting dalam upaya pengembangan BMT. Izin usaha ini merupakan masalah yang harus segera diselesaikan oleh pihak BMT demi kelancaran usahanya.

##### 5) Pengelola yang kurang tegas dalam menghadapi anggota bermasalah

BMT Pat Sepakat berdasarkan yang terdapat dalam laporan pertanggung jawaban pengurus BMT Pat Sepakat lebih dari 50% assetnya adalah besarl dari simpanan pokok dan simpanan wajib anggota, ini menunjukkan bahwa simpanan wajib merupakan sumber dana yang menunjang permodalan BMT yang sangat penting. BMT Pat

---

<sup>14</sup> Nining Doyosi (Administrasi BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, 26 Juni 2018, pukul 10.50 WIB

sepakat dalam proses penagihan simpanan wajib mengalami kendala yang sama setiap tahunnya yaitu:

- a) kurangnya kesadaran anggota untuk membayar simpanan wajib
- b) Pihak yang bersangkutan tidak berada di tempat
- c) Kurangnya komunikasi yang disebabkan oleh tidak adanya nomor anggota yang bisa dihubungi ataupun anggota telah pindah dari tempat sebelumnya baik karena pindah tugas ataupun karena lulus kuliah
- d) Surat pemberitahuan yang tidak sampai ke anggota langsung.<sup>15</sup>

Kendala yang sama setiap tahunnya yang dihadapi BMT dalam proses penagihan simpanan wajib ini menunjukkan bahwa belum adanya ketegasan dari pihak BMT dalam menanggulangi masalah penagihan ini. BMT harus segera mencari solusi yang tepat untuk menyelesaikan masalah penagihan simpanan wajib ini mengingat simpanan wajib merupakan sumber dana yang menunjang permodalan BMT Pat Sepakat.

## **2. Faktor Eksternal**

### **a. Peluang (*Opportunity*)**

Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan perusahaan, seperti kebutuhan pelanggan yang tidak terpenuhi dipasar, kebijakan pemerintah, dan lainnya.<sup>16</sup> BMT memiliki beberapa peluang yang bagus dalam perkembangan kedepannya, diantaranya adalah sebagai berikut:

---

<sup>15</sup> BMT Pat Sepakat, *Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus dan Dewan Pengawas Syariah Tahun Buku 2016-2017*

<sup>16</sup> Jamuri Antoso, *Op. Cit.*,

## 1) BMT menganut sistem bagi hasil sehingga tahan terhadap krisis global

Lembaga keuangan syariah dijalankan dengan prinsip keadilan, wajar dan rasional, dimana keuntungan yang diberikan kepada nasabah penyimpan adalah benar berasal dari keuntungan penggunaan dana oleh para pengusaha lembaga keuangan syariah. Pola yang diterapkan ini, membuat lembaga keuangan syariah terhindar dari *negative spread*<sup>17</sup> sebagaimana lembaga keuangan konvensional.<sup>18</sup> Prinsip yang ditetapkan BMT adalah prinsip Syariat Islam yaitu atas dasar suka sama suka (*'antaradin minkum*) dengan sistem bagi hasil, seperti yang disampaikan oleh administrasi BMT Pat Sepakat:

“BMT Pat Sepakat menggunakan prinsip Syariat Islam yaitu atas dasar suka sama suka (*'antaradin minkum*) tanpa ada paksaan antara kedua belah pihak, untuk kemasalahatan dan menghindari mudarat, dan dilakukan dengan mempertimbangkan nilai keadilan, menghindari eksploitasi dan pengambilan kesempatan dalam kesempatan dan 100% tidak riba”.<sup>19</sup>

Prinsip yang diterapkan tersebut serta transaksi pada BMT yang terhindar dari praktik riba artinya transaksi yang dijalankan tidak mengandung sistem bunga sebagaimana layaknya bank konvensional, hal ini menjadi peluang BMT untuk tetap bertahan karena BMT tidak dipengaruhi oleh tingkat suku bunga yang fluktuatif melainkan murni atas dasar penggunaan dana yang diberikan.

## 2) Perkembangan Bank Syariah di Indonesia

---

<sup>17</sup> *Negatif Spread* adalah tingkat suku bunga pinjaman yang lebih rendah daripada tingkat suku bunga tabungan

<sup>18</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Edisi Kedua, (Jakarta: Kencana 2017), h. 465

<sup>19</sup> Nining Doyosi (Administrasi BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, 26 Juni 2018, pukul 10.55 WIB

Pesat dan maraknya kajian dibidang ekonomi syariah mendorong pesat dan maraknya bisnis ekonomi syariah di Indonesia, hal ini merupakan peluang yang luar biasa, sebab kelompok usaha yang besar jumlahnya di Indonesia adalah UKM. UKM sebagian besarnya tidak bisa mengakses kepada bank besar sehingga LKMS menjadi satu-satunya alternatif untuk memperkuat permodalan UKM.<sup>20</sup>

Fungsi BMT salah satunya yaitu *Baitul Tamwil* yang melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan ekonomi, seperti yang disampaikan oleh *manager* BMT Pat Sepakat:

“Baitul Māl wat Tamwil itukan lebih fokus kepada pengembangan unit usaha kecil dan menengah untuk mengembangkan usaha-usaha masyarakat kelas menengah kebawah agar menjadi lebih produktif dan dapat mengembangkan usaha menjadi lebih baik”.<sup>21</sup>

Fungsi *Baitul Tamwil* ini merupakan peluang bagi BMT dalam perkembangannya karena umumnya UKM tidak bisa mengakses bank-bank besar sehingga BMT menjadi salah satu alternatif bagi UKM untuk memperkuat permodalannya.

### 3) Masyarakat yang mayoritas Muslim

Mayoritas penduduk muslim di kota Curup ini merupakan peluang bagi BMT Pat Sepakat. Masyarakat penduduk muslim ini menjadikan sistem syariah lebih mudah untuk diterima. Kelompok bawah mayoritas

---

<sup>20</sup> Euis Amalia, *Keadilan Distribusi dalam Ekonomi Islam, Penguatan LKM dan UKM di Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009), h. 219

<sup>21</sup> Rendra Anjaswara (Manager BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, 04 Juli 2018, pukul 11.40 WIB

juga umat muslim dan bekerja di sektor informal ini adalah peluang yang cukup besar. Masyarakat muslim yang ingin terhindar dari transaksi riba menjadikan BMT sebagai alternatif bagi mereka dalam mengembangkan usahanya. BMT memberikan kemudahan menjadi anggota serta tingkat tabungan yang rendah, bebas administrasi bulanan, serta pembiayaan yang terjangkau diharapkan masyarakat kecil semakin tertarik pada BMT Sepakat.

Hasil wawancara peneliti dengan *administrasi* BMT Pat Sepakat menyatakan bahwa BMT memberikan kemudahan bagi anggota yang ingin menjadi anggota yaitu dengan modal awal sebesar Rp. 325.000 yang modal ini bisa dibayar dengan diangsur. BMT juga membebaskan biaya administrasi bulana pada tabungan dan semua traksaksi yang diberikan bebas dari riba.

BMT dari segi pembiayaan memberikan margin yang kompetitif serta proses pembiayaan yang mudah dan cepat. Margin yang kompetitif ini membuka peluang bagi BMT khususnya bagi UKM yang yang tidak bisa menjangkau bank-bank besar. Hasil wawancara peneliti dengan *manager* BMT Pat Sepakat menyatakan bahwa BMT lebih fokus pada usaha pengembangan usaha kecil dan menengah agar menjadi lebih produktif dan lebih baik lagi.

#### 4) Misi lembaga keuangan syariah yang sejalan dengan program pemerintah

Lembaga keuangan syariah mempunyai misi yang sejalan dengan program pemerintah, yaitu pemberdayaan ekonomi rakyat, sehingga

berpeluang menjalin kerja sama yang saling bermanfaat dalam upaya pencapaian masing-masing tujuan. Pemerintah telah mengembangkan perekonomian yang berbasis pada ekonomi kerakyatan melalui kredit-kredit program KKPA Bagi Hasil, Pembiayaan Modal Kerja (PKM) BPRS, Pembiayaan Usaha Kecil dan Mikro (PPKM). Program pemerintah ini tentu saja membuka peluang bagi BMT untuk membangun kemitraan.

#### 5) Fatwa MUI tentang pengharaman bunga bank

Fatwa MUI tentang pengharaman bunga bank merupakan peluang bagi BMT kedepannya. Fatwa pengharaman bunga bank ini menjadi pedoman bagi umat muslim dalam melakukan transaksi dengan lembaga keuangan, sehingga masyarakat muslim yang anti dengan transaksi riba dimana riba adalah perbuatan dosa akan beralih kepada lembaga keuangan syariah yang terbebas dari dosa. BMT menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat muslim untuk terhindar dari transaksi riba. Hasil wawancara peneliti dengan administrasi BMT Pat Sepakat menyatakan bahwa standar operasional dan prosedur yang diterapkan BMT adalah tidak jauh dari sistem syariah, yaitu menggunakan prinsip suka sama suka (*'antaradha minkum*), sistem bagi hasil dan 100% tidak riba.

#### **b. Tantangan (*Threats*)**

Tantangan adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi perusahaan, seperti kurangnya tingkat pengetahuan dan kepercayaan

konsumen terhadap perusahaan, dan adanya perusahaan pesaing yang bisa menjadi hambatan bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya baik masa sekarang maupun yang akan datang.<sup>22</sup> Tantangan yang dihadapi BMT Pat Sepakat yaitu:

1) Pemahaman masyarakat terhadap transaksi bisnis syariah

Pemahaman masyarakat terhadap transaksi bisnis syariah merupakan salah satu tantangan bagi lembaga dengan sistem syariah seperti BMT Pat Sepakat. Masyarakat banyak menyamakan antara bagi hasil dengan bunga bank yang diberikan, bahkan banyak juga masyarakat yang belum tahu apa itu BMT, hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman masyarakat tentang sistem syariah, seperti yang disampaikan oleh *manager* BMT Pat Sepakat:

“Tantangan utama dari BMT adalah bagaimana kami bisa menarik minat awal masyarakat atau untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat disekitar curup pada umumnya, fakta dilapangan yang kami temui adalah masih banyak sekali masyarakat yang belum paham tentang BMT bahkan mereka juga belum paham apa itu akad-akad dalam ekonomi syariah”.<sup>23</sup>

Sosialisasi tentang sistem ekonomi syariah sangat penting dalam rangka menumbuhkan pemahaman masyarakat serta pemahaman tentang pelarangan riba yang ada pada sistem ekonomi konvensional. Sosialisasi yang dilakukan diharapkan mampu membuat masyarakat muslim yang masih melakukan transaksi konvensional dapat beralih pada sistem ekonomi Islam sehingga terhindar dari dosa riba.

---

<sup>22</sup> Jamuri Antoso, *Op. Cit.*,

<sup>23</sup> Rendra Anjaswara (Manager BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, 04 Juli 2018, pukul 11.45

## 2) Keberadaan jaringan konvensional dan akses pasarnya

Jaringan konvensional dan akses pasarnya yang sudah sangat luas merupakan tantangan besar bagi lembaga keuangan syariah seperti BMT. Keberadaan Bank BRI di lingkungan kampus IAIN Curup ini jelas menjadi tantangan besar bagi BMT, hal ini disebabkan karena keberadaan Bank BRI sudah lebih lama berdiri dibandingkan dengan BMT serta akses pasarnya yang sudah sangat luas, seperti yang disampaikan oleh *manager* BMT Pat Sepakat:

“Kalau bicara masalah BRI yang ada pada lingkungan kampus IAIN Curup itu memang sudah mekanisme sistemnya seperti itu, jika dibilang bagaimana kami persaingannya dengan BRI, jelas BRI lebih unggul karena BRI lebih lama berdirinya dibandingkan dengan BMT, dan BRI telah memegang secara penuh sistem keuangan bendahara IAIN Curup, jadi kalau dibilang bagaimana persaingan kesana memang cukup sulit”.<sup>24</sup>

Bank konvensional dan akses pasarnya yang sudah sangat luas merupakan suatu tantangan yang besar, dan untuk melakukan persaingan juga cukup sulit. Tantangan ini membutuhkan kerja keras dan waktu yang cukup lama untuk bisa bersaing dengan Bank Konvensional.

## 3) Belum adanya regulasi yang khusus tentang BMT

Regulasi khusus tentang BMT sebagai lembaga keuangan mikro syariah jika telah dirumuskan dan disahkan oleh pemerintah, maka dukungan dari pemerintah untuk perkembangan BMT sudah hampir

---

<sup>24</sup> Rendra Anjaswara (Manager BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, 04 Juli 2018, pukul 11.50 WIB

sempurna. Regulasi sangat diperlukan sebagai landasan atau dasar hukum bagi para pihak BMT dalam menjalankan operasionalnya, seperti yang disampaikan oleh *manager* BMT Pat Sepakat:

“belum adanya regulasi khusus tentang BMT itu menjadi tantangan bagi BMT sendiri untuk perkembangan kedepannya, karena dukungan dari pemerintah sangat dibutuhkan untuk perkembangan BMT kedepan apalagi jika dilihat BMT ini masih belum lama berdirinya jelas membutuhkan dukungan dari pemerintah selain membutuhkan undang-undang khusus tentang BMT juga diperlukan bantuan permodalan karena jumlah modal BMT masih sangat kecil”.<sup>25</sup>

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa penting nya regulasi yang khusus tentang BMT. BMT Pat Sepakat yang masih tergolong belum lama berdirinya membutuhkan dukungan dan pembinaan dari pemerintah untuk mendorong pertumbuhan dan perkembangan BMT.

#### 4) Kurangnya minat masyarakat

Minat masyarakat menjadi salah satu tantangan bagi BMT dalam menarik konsumen atau nasabah sebanyak-banyaknya. Minat nasabah ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti pemahaman yang kurang tentang lembaga keuangan mikro syariah seperti BMT Pat Sepakat ini, BMT yang belum familiar di kalangan masyarakat, BMT yang masih tergolong baru pendiriannya, seperti yang disampaikan oleh administrasi BMT Pat Sepakat:

“salah satu yang menjadi tantangan BMT adalah kurangnya minat masyarakat khususnya mahasiswa IAIN kampus sendiri, hal ini disebabkan pemahaman mahasiswa ataupun masyarakat yang kurang tentang BMT, terus lokasi yang jauh dari pusat kampus juga

---

<sup>25</sup> Rendra Anjaswara (Manager BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, 04 Juli 2018, pukul 11.55 WIB

membuat masyarakat tidak tahu tentang BMT dan keberadaan BMT karena memang BMT ini masih belum banyak dikenal oleh masyarakat”.<sup>26</sup>

Hasil wawancara diatas menunjukkan minat masyarakat masih sangat kurang karena dipengaruhi beberapa faktor seperti yang dijelaskan sebelumnya. Tantangan ini merupakan tantangan yang membutuhkan kerja keras dan waktu yang cukup lama bagi BMT dalam menumbuhkan pemahaman serta menarik minat masyarakat.

#### 5) Kepercayaan masyarakat tentang komitmen dalam menerapkan sistem syariah

Kepercayaan masyarakat tentang sistem syariah yang diterapkan juga menjadi tantangan bagi BMT karena banyak masyarakat yang berpresepsi bahwa lembaga keuangan syariah yang menerapkan sistem syariah sama dengan sistem konvensional padahal kenyataannya tidak demikian. Kepercayaan masyarakat ini seakan menunjukkan ketidakpercayaannya terhadap sistem syariah yang diterapkan oleh lembaga keuangan syariah sehingga masyarakat melihatnya sama saja diantara keduanya. Kepercayaan ini erat kaitannya dengan pemahaman masyarakat tentang lembaga keuangan syariah, seperti yang disampaikan oleh *manager* BMT Pat Sepakat:

“seperti yang kita ketahui bersama bahwa masyarakat banyak menyamakan antara bank syariah dengan konvensional, hal ini disebabkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat yang masih sangat kurang tentang lembaga keuangan syariah, sehingga solusinya yaitu dengan menumbuhkan pemahaman masyarakat,

---

<sup>26</sup> Nining Doyosi (Administrasi BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, 26 Juni 2018, pukul 11.00 WIB

dengan adanya pemahaman nanti masyarakat itu bisa mengamati sendiri bagaimana keseuaian teori yang mereka pahami dengan praktek lapangan yang dijalankan lembaga keuangan syariah tersebut, sehingga masyarakat percaya dengan sistem syariah yang diterapkan itu”.<sup>27</sup>

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa pentingnya sosialisai sebagai upaya menumbuhkan pemahaman masyarakat supaya menumbuhkan juga kepercayaan masyarakat itu sendiri. Aspek lain yang dapat menumbuhkan kepercayaan masyarakat yaitu komitmen yang kuat dari BMT dalam menerapkan sistem syariah dalam kegiatan operasionalnya.

### **3. Strategi Pengembangan BMT Pat Sepakat di Lingkungan Kampus IAIN Curup**

Strategi merupakan langkah-langkah yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Langkah yang harus dihadapi terkadang penuh terjal dan beliku-liku, namun demikian ada pula langkah yang relative rendah. Banyak rintangan yang dihadapi oleh suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya, oleh karena itu setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan terarah sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai dan memberikan kemenangan.<sup>28</sup>

BMT Pat Sepakat Curup sejak berdirinya telah dipersiapkan untuk mencapai suatu perkembangan dengan mengacu pada pelayanan. BMT Pat Sepakat meningkatkan strategi pengembangan yang ada untuk mencapai suatu perkembangan tersebut. BMT Pat Sepakat dalam upayanya untuk tetap bertahan

---

<sup>27</sup> Rendra Anjaswara (Manager BMT Pat Sepakat), *Wawancara*, 04 Juli 2018, pukul 12.00 WIB

<sup>28</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2006), h. 171

dan mampu bersaing dengan lembaga yang lainnya adalah menetapkan strategi yang sesuai agar tujuan yang ditargetkan dapat tercapai. Strategi pengembangan BMT Pat Sepakat diantaranya adalah:

### 1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.<sup>29</sup> Strategi pemasaran pada usaha barang dan jasa salah satunya adalah 4p *marketing mix* yaitu:

#### a. Produk (*Product*)

BMT Pat Sepakat dalam perencanaan produk harus memperhatikan kepuasan nasabah, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kualitas produk, pelayanan dan jaminan produk. Produk yang dimiliki BMT yaitu dalam bentuk simpanan dan pembiayaan. BMT memiliki beberapa keunggulan produk seperti yang disampaikan oleh administrasi BMT Pat Sepakat yaitu bebas administrasi bulanan, 100% tidak riba serta pembiayaan dengan margin yang kompetitif dan menggunakan prinsip islam yaitu suka sama suka sehingga tidak memberatkan para nasabah.

#### b. Promosi (*Promotion*)

Promosi suatu produk merupakan suatu tindakan yang sangat penting dalam rangka memperkenalkan suatu produk yang telah diciptakan. Promosi yang dilakukan pihak BMT Pat Sepakat yaitu melalui brosur, *mouth by mouth*, dan media sosial, seperti yang disampaikan oleh *manager* BMT Pat Sepakat:

---

<sup>29</sup> Lilis Ariska, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji dan Qurban pada PT. BPRS Safir Bengkulu Cabang Curup*, (Skripsi, Fak. STAIN Curup), h. 23

“Promosi yang kami lakukan diantaranya adalah kami menyebar brosur, *mouth by mouth* dengan kerabat dekat, serta kami juga melakukan promosi melalui media sosial seperti Facebook, WhatApp, Instagram, dan lain sebagainya.”

Promosi yang dilakukan oleh BMT Pat Sepakat sudah cukup baik dengan cara penyebaran brosur, *mouth by mouth* terlebih lagi menggunakan media sosial seperti Facebook, WhatsApp, Instagram, dan lain sebagainya karena hampir setiap orang menggunakan media sosial tersebut yang bahkan setiap hari menggunakannya. Media sosial menjadi peluang besar bagi BMT dalam melakukan proses promosi.

c. Harga (*Price*)

Perusahaan harus menentukan harga dari produk yang telah diciptakannya yaitu sebelum dipasarkan, tentunya dengan mempertimbangkan penghasilan yang didapat. Harga merupakan hal penting dalam pemasaran karena harga juga menjadi aspek penting bagi konsumen ataupun nasabah untuk menggunakan produk tersebut.

BMT Pat Sepakat menetapkan saldo awalnya pada produk tabungan sangat terjangkau yaitu sebesar Rp. 30.000 – Rp. 50.000 sesuai dengan masing-masing produk tabungannya. BMT Pat Sepakat juga memberikan margin pembiayaan yang sangat kompetitif dengan plafon pembiayaan maksimal Rp. 5.000.000. Margin tabungan yang diberikan oleh BMT Pat Sepakat juga kompetitif yaitu BMT: Mitra sebesar 70:30.

d. Tempat (*Place*)

Barang atau produk tidak akan berguna bila tidak dikendalikan pada waktu dan tempat yang tepat dimana barang tersebut dibutuhkan. Produk

tersebut supaya benar-benar dapat diminati oleh nasabah, perusahaan harus benar-benar memilih saluran distribusi yang tepat agar produk tersebut dapat dijangkau oleh para nasabah.

Lokasi BMT Pat Sepakat berada di lingkungan kampus IAIN Curup tepatnya di jurusan syariah. Lokasi BMT yang berada diujung kampus membuat banyak mahasiswa IAIN Curup tidak mengetahui keberadaan BMT. Lokasi BMT yang kurang strategis ini menjadi kendala bagi BMT dan anggota BMT. Hasil wawancara peneliti dengan *manager* BMT Pat Sepakat menyatakan bahwa kendala yang dihadapi BMT seperti anggota yang ingin membayar simpanan wajib dan angsuran pembiayaan menjadi terhambat karena akses transportasi yang cukup susah karena lokasi yang jauh dari jalan raya sehingga pihak BMT yang menagih kepada para anggota.

## 2. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi baik diversifikasi konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi konsentrasi yang dimaksud disini adalah bank memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perbankan yang dimiliki. Diversifikasi konglomerat adalah perbankan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai varian produk perbankan kepada kelompok konglomerat (korporat).<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta Maret 2012), h. 81

Strategi diversifikasi yang digunakan BMT Pat Sepakat adalah strategi diversifikasi konsentrasi dimana BMT memberikan berbagai varian produk seperti pada produk penghimpunan dana BMT mempunyai enam produk, yaitu tabungan sepakat, tabungan walimah, tabungan idul fitri, deposito sepakat, tabungan pendidikan sepakat, dan tabungan qurban. Produk penyaluran dana BMT juga bervariasi dimana BMT memiliki empat produk pembiayaan yaitu pembiayaan dengan prinsip bagi hasil yang terdiri dari pembiayaan *Mudharabah* dan pembiayaan *Musyarakah*, pembiayaan *Murabahah*, pembiayaan *Ijarah*, dan pembiayaan *Qardhul Hasan*.<sup>31</sup>

BMT Pat Sepakat selain produk simpanan dan pembiayaan juga memiliki usaha lain yaitu fotocopy dan menjual berbagai jenis ATK yang dibutuhkan oleh anggota ataupun mahasiswa IAIN Curup disekitar BMT.<sup>32</sup> Usaha fotocopy dan penjualan berbagai jenis ATK ini sudah berjalan dari tahun 2017 hingga sekarang.

## **B Pembahasan**

Pembahasan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis temuan dan hasil analisis penelitian dan dibandingkan dengan teori serta penelitian-penelitian terdahulu. Temuan dan hasil analisa merupakan aspek yang akan dibahas dalam bagian ini, dimana temuan dan hasil analisa adalah sebagai berikut:

---

<sup>31</sup> *Dokumentasi BMT Pat Sepakat Curup*

<sup>32</sup> BMT Pat Sepakat, *Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus dan Dewan Pengawas Syariah Tahun Buku 2017*

## 1. Temuan

Hasil atau temuan dalam penelitian ini yaitu telah didapatkan dua faktor yang dijadikan sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan pada BMT Pat Sepakat Curup. Faktor-faktor tersebut adalah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan, dalam penelitian ini telah didapatkan lima faktor kekuatan yaitu: margin yang kompetitif dan lebih ringan, tingkat pendidikan pengelola dan pengurus yang cukup tinggi, sarana dan prasarana yang cukup memadai, sistem syariah, penerapan strategi jempuit bola, selain itu terdapat juga lima faktor kelemahan yaitu: lokasi BMT yang kurang strategis, kurangnya permodalan, kurangnya tenaga marketing, belum adanya legalitas pendirian, pengelola yang kurang tegas dalam menghadapi anggota bermasalah.

Faktor eksternal BMT Pat Sepakat meliputi dua faktor utama yaitu faktor peluang dan faktor ancaman, dalam penelitian telah didapatkan faktor peluang antara lain: BMT menganut sistem bagi hasil sehingga tahan terhadap krisis global, perkembangan bank syariah di Indonesia, masyarakat yang mayoritas Muslim, misi Lembaga keuangan syariah yang sejalan dengan program pemerintah, fatwa MUI tentang pengharaman bunga bank. Faktor ancaman yang terdapat dalam penelitian ini yaitu: pemahaman masyarakat terhadap transaksi bisnis syariah, keberadaan jaringan konvensional dan akses pasarnya, belum adanya regulasi yang khusus tentang BMT, kurangnya minat masyarakat, kepercayaan masyarakat tentang konsistensi dalam menerapkan sistem syariah.

**Tabel 4.3 Faktor Internal dan Faktor Eksternal**

<b>Faktor Internal</b>	<b>Faktor Eksternal</b>
<b>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</b>	<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Margin yang kompetitif dan lebih ringan</li> <li>2. Tingkat pendidikan pengelola dan pengurus yang cukup tinggi</li> <li>3. Sarana dan prasarana yang cukup memadai</li> <li>4. Sistem syariah</li> <li>5. Penerapan strategi jempuit bola</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. BMT menganut sistem bagi hasil sehingga tahan terhadap krisis global</li> <li>2. Perkembangan bank syariah di Indonesia</li> <li>3. Masyarakat yang mayoritas Muslim</li> <li>4. Misi Lembaga keuangan syariah yang sejalan dengan program pemerintah</li> <li>5. Fatwa MUI tentang pengharaman bunga bank</li> </ol>
<b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</b>	<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi BMT yang kurang strategis</li> <li>2. Kurangnya permodalan</li> <li>3. Kurangnya tenaga marketing</li> <li>4. Belum adanya legalitas pendirian</li> <li>5. Pengelola yang kurang tegas dalam menghadapi anggota bermasalah.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemahaman masyarakat terhadap transaksi bisnis syariah</li> <li>2. Keberadaan jaringan konvensional dan akses pasarnya</li> <li>3. Belum adanya regulasi yang khusus tentang BMT</li> <li>4. Kurangnya minat masyarakat</li> <li>5. Kepercayaan masyarakat tentang konsistensi dalam menerapkan sistem syariah</li> </ol>

Faktor internal dan eksternal yang terdiri dari empat faktor diatas kemudian dianalisis menggunakan matriks SWOT untuk menemukan alternatif strategi apa yang mungkin diterapkan di BMT Pat Sepakat. Matriks SWOT digunakan untuk menentukan alternatif strategi yang didapatkan dari perbandingan berbagai faktor baik internal maupun eksternal yang didasarkan pada asumsi bahwa perusahaan harus menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman,

mengatasi kelemahan untuk memanfaatkan peluang dan meminimalisir kelemahan untuk mengatasi ancaman yang ada.<sup>33</sup>

**Tabel 4.4 Matriks SWOT**

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>1.</p>	<p><b>Weaknesses</b></p> <p><b>(W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi BMT yang kurang strategis</li> <li>2. Kurangnya permodalan</li> <li>3. Kurangnya tenaga marketing</li> <li>4. Belum adanya legalitas pendirian</li> <li>5. Pengelola yang kurang tegas dalam menghadapi anggota bermasalah</li> </ol>
-------------------------	-----------	---

<sup>33</sup> Amprianto, *Analisis Strategi Pengembangan pada Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Amal Mulia Suruh Kabupaten Semarang*, (Tesis. Fak. Universitas Muhammadiyah Surakarta 2016), h. 12

<p style="text-align: center;"><b><i>Opportunities (O)</i></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. BMT menganut sistem bagi hasil sehingga tahan terhadap krisis global</li> <li>2. Perkembangan bank syariah di Indonesia</li> <li>3. Masyarakat yang mayoritas Muslim</li> <li>4. Misi Lembaga keuangan syariah yang sejalan dengan program pemerintah</li> <li>5. Fatwa MUI tentang pengharaman bunga bank</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan dan mempertahankan produk dan kualitas pelayanan</li> <li>2. Melakukan penetrasi pasar.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan ekspansi pasar</li> <li>2. Menambah jumlah sumber daya manusia (SDM)</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b><i>Threats (T)</i></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemahaman masyarakat terhadap transaksi bisnis syariah</li> <li>2. Keberadaan jaringan konvensional dan akses pasarnya</li> <li>3. Belum adanya regulasi yang khusus tentang BMT</li> <li>4. Kurangnya minat masyarakat</li> <li>5. Kepercayaan masyarakat tentang konsistensi dalam menerapkan sistem syariah</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi ST</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat tentang sistem syariah</li> <li>2. Melakukan inovasi produk</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi WT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan kerja sama</li> <li>2. Meningkatkan pengelolaan simpanan wajib dan pembiayaan</li> </ol>

a. Strategi SO (*Strengths and Opportunities*)

Strategi SO (kekuatan dan peluang) adalah strategi yang dilakukan dengan cara memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada. Peneliti menyimpulkan strategi SO yang harus dijalankan BMT Pat Sepakat adalah:

1) Meningkatkan dan mempertahankan produk dan kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan tidak hanya berpengaruh terhadap kepuasan tetapi juga pada loyalitas nasabah, dua hal tersebut menjadi tujuan utama perusahaan untuk dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan loyalitas dan kepuasan nasabah. Kepuasan masyarakat sering dijadikan sebagai ukuran tingkat kematangan suatu organisasi atau perusahaan. Kepuasan masyarakat menjadi sebuah tanda bahwa perusahaan atau organisasi tersebut dikelola dengan baik yang pada dasarnya adalah hasil manajemen yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan.

Mohammad Zamroni dan Gusti Ayu Ketut Rachma Handayani menyatakan bahwa dalam organisasi pemerintah, perusahaan dan sebagainya, kepuasan masyarakat merupakan elemen penting dan menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuh kembangkan wilayah, sehingga masalah kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini.<sup>34</sup>

Mempertahankan kualitas produk yang ditawarkan dan meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen maka hal ini dapat

---

<sup>34</sup> Mohammad Zamroni dan Gusti Ayu Ketut Rachma handayani, *Pentingnya Kualitas Pelayanan (Service Quality) dalam Memenuhi Kepuasan Masyarakat (Society Satisfaction)*, (PPS-FH UNS, Vol. V No: 2 Agustus 2005), h. 111

membuat rasa percaya konsumen dan loyalitas konsumen ketika berbelanja semakin tinggi juga.<sup>35</sup> Kualitas produk dan pelayanan sangat menentukan loyalitas nasabah, oleh karenanya suatu lembaga keuangan seperti BMT harus berupaya terus meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk dan pelayanan. Upaya ini akan mempengaruhi rasa percaya masyarakat terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan sehingga menumbuhkan minat masyarakat untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

## 2) Melakukan penetrasi pasar

Penetrasi pasar merupakan upaya meningkatkan penjualan produk lama di pasar yang lama dengan menguatkan aspek promosi yang lebih efektif dan variatif. BMT yang masih belum familiar baik nama ataupun keberadaannya di masyarakat mengharuskan BMT melakukan promosi yang lebih efektif dan variatif. Promosi yang dilakukan bisa berupa brosur, via media sosial, vamlate, sosialisasi produk dan lain sebagainya.

Promosi memiliki beberapa alasan penting dalam berbisnis, yaitu:

### a) Produk semakin dikenal

Alasan utama sebuah kegiatan promosi adalah untuk membuat produk yang dipasarkan menjadi semakin dikenal masyarakat luas.

Upaya promosi akan semakin baik jika menggunakan strategi

---

<sup>35</sup> Willy Pratama Widharta dan Sugiono Sugiharto, *Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai*, (Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1, 2013), h. 13

promosi yang kreatif dan berbeda dengan cara promosi pada umumnya.

b) Peningkatan penjualan

Peningkatan penjualan merupakan salah satu tujuan melakukan kegiatan promosi. Semakin tinggi kualitas promosi yang dilakukan maka konsumen akan kian tertarik terhadap produk yang ditawarkan.

c) Menarik minat konsumen

Perhatian konsumen menjadi salah satu fokus dari sebuah promosi. Cara promosi yang dilakukan menjadi salah satu hal penting untuk menarik minat para konsumen.

d) Menunjukkan kualitas produk

Promosi merupakan kegiatan menunjukkan seluruh kelebihan yang dimiliki oleh produk yang ditawarkan kepada konsumen. Sarana promosi juga dapat menepis anggapan ataupun pemahaman yang salah mengenai produk yang dipasarkan.<sup>36</sup>

Beberapa alasan penting kegiatan promosi di atas menunjukkan bahwa kegiatan promosi sangat mempengaruhi perkembangan usaha. Kegiatan promosi harus dilakukan dengan cara yang kreatif dan menarik agar konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan.

b. Strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*)

Strategi WO (Kelemahan dan Peluang) adalah strategi yang dilakukan dengan cara meminimalisir dan mencegah kelemahan dengan

---

<sup>36</sup> Eko Sri Suhariyanto, *Pentingnya Promosi dalam Berbisnis*, <http://uangteman.com> (diakses pada 07 Agustus 2018)

peluang yang ada. Strategi WO yang harus dilakukan oleh BMT Pat Sepakat menurut penulis adalah sebagai berikut:

1) Melakukan ekspansi pasar

Ekspansi pasar merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan permintaan terhadap produk. Meningkatnya permintaan terhadap produk ini otomatis menambah pendapatan bagi pelaku bisnis seperti BMT.

Noviyanto menjelaskan bahwa apabila bisnis sudah bisa dikatakan berjalan, maka langkah selanjutnya adalah memperluas pangsa pasar. Memperluas pangsa pasar bisa dikatakan memperbesar bisnis, hal ini dikarenakan jika pangsa pasar meningkat, maka tentu permintaan akan meningkat.<sup>37</sup>

Ekspansi pasar merupakan salah satu langkah dalam meningkatkan pangsa pasar. Ekspansi pasar bisa dilakukan ke daerah-daerah yang belum terjangkau. BMT dapat melakukan ekspansi pasar dengan bekerja sama dengan mitra usaha seperti pedagang, ataupun dengan anggota BMT itu sendiri.

2) Menambah jumlah sumber daya manusia (SDM)

Sumber daya manusia merupakan elemen penting dalam suatu perusahaan. SDM yang mempunyai kapasitas yang baik sangat menguntungkan perusahaan karena mampu menjalankan tugasnya dengan baik, namun jumlah SDM juga mempengaruhi kinerja

---

<sup>37</sup> Noviyanto, *Strategi Memperluas Pangsa Pasar*, [Http://koinworks.com/blog/strategi-memperluas-pangsa-pasar/](http://koinworks.com/blog/strategi-memperluas-pangsa-pasar/) (diakses pada 21 Agustus 2018)

perusahaan. Jumlah SDM yang kurang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan seperti pada BMT Pat Sepakat. BMT hanya memiliki 3 pengurus atau karyawan, dimana *manager* BMT merangkap menjadi marketing sedangkan 2 karyawan lainnya melayani dalam bidang administrasi dan fotocopy.

*Manager* yang merangkap menjadi marketing ini agaknya membuat proses marketing tidak maksimal mengingat bahwa anggota aktif BMT lebih dari 100 orang, belum lagi ditambah jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan. Seorang *manager* yang merangkap menjadi marketing ini nampaknya kurang efektif karena harus melakukan dua kegiatan sekaligus. Sehingga penambahan SDM harus dilakukan agar proses marketing dan strategi jempit bola dalam pembayaran angsuran dan simpanan wajib dapat berjalan lancar.

c. Strategi ST (*Strengths and Threats*)

Strategi ST (Kekuatan dan Ancaman) adalah strategi yang dilakukan dengan cara mengatasi ancaman yang ada dengan kekuatan yang dimiliki oleh lembaga. Strategi ST yang harus dilakukan oleh BPT Pat Sepakat menurut penulis adalah sebagai berikut:

1) Meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat tentang sistem syariah

Banyak masyarakat yang masih membandingkan jumlah antara bagi hasil yang diberikan tidak jauh berbeda bahkan lebih tinggi dari pada bunga bank. Masyarakat masih ada pula yang ragu-ragu dengan lembaga keuangan yang berlabel syariah, apakah benar sesuai syariah

ataukah hanya merebut simpati pangsa pasar saja. Asumsi-asumsi tersebut disebabkan kurangnya pemahaman masyarakat tentang sistem syariah, oleh karena itu sosialisasi tentang sistem syariah sangat dibutuhkan untuk menanggulangi asumsi negatif dari masyarakat tersebut.

Menurut Agustianto, Sekjen Ikatan Ahli Ekonomi Islam Indonesia (IAEI), menganalisa ada delapan faktor penyebab rendahnya *market share* bank syariah, salah satunya adalah tingkat pemahaman dan pengetahuan umat tentang bank syari'ah masih sangat rendah, masih banyak yang belum mengerti dan salah faham tentang bank syari'ah dan menganggapnya sama saja dengan bank konvensional.<sup>38</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Hilman (2012) yang berjudul Pengaruh Sosialisasi Terhadap Minat Nasabah untuk Menabung: Studi Kasus BMT Al-Falah Kalitangan Cirebon, menjelaskan bahwa sosialisasi memiliki pengaruh yang positif terhadap minat nasabah untuk menabung pada BMT tersebut.<sup>39</sup>

Beberapa pendapat diatas menunjukkan bahwa sosialisasi sangat berpengaruh kepada perkembangan suatu usaha atau bisnis kedepannya, dimana dengan sosialisasi dapat menarik minat masyarakat sekaligus memperkenalkan produk yang dimiliki kepada

---

<sup>38</sup> Akip Sakula Bewi Yanto, *Pengaruh Sosialisasi Terhadap Minat Masyarakat dalam Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul Yogyakarta)*, (FE UMY Yogyakarta, 2015) <http://www.pkesinteraktif.com/edukasi/opini/222-minimnya-akselerasi-bank-syariah.html> (diakses pada 13 Agustus 2018)

<sup>39</sup> *Ibid.*,

masyarakat. Sosialisasi merupakan suatu cara dalam memberikan edukasi kepada masyarakat tentang suatu hal seperti BMT dengan sistem syariahnya.

## 2) Melakukan inovasi produk

Sebuah perusahaan yang sedang berkembang maupun perusahaan yang besar sekalipun, inovasi produk adalah hal yang sangat penting. Perusahaan-perusahaan yang inovatiflah yang mampu bertahan, berjaya dan terus berkembang mengarungi zaman yang dihadapkan pada beragam gejala bisnis.

Inovasi produk dapat memberikan banyak opsi kepada pasar sehingga usaha bergerak maju lebih cepat. Sedikit inovasi produk juga dapat membuka peluang untuk memperluas pasar, pengembangan produk, yaitu dengan memperkenalkan produk baru yang orisinal. Hal ini merupakan strategi yang umum dilakukan, namun tantangannya terletak pada *skill* dan kegigihan untuk menghasilkan produk yang benar-benar inovatif dan diterima oleh pasar.<sup>40</sup>

Inovasi memegang peranan penting dalam mengembangkan produk dan jasa dalam bisnis. Berbagai kesuksesan wirausaha di dunia disebabkan oleh kreativitas dalam mengembangkan produk. Hasil inovasi yang didasarkan kreativitas wirausaha menjadikan produk dan jasa yang unggul. Wirausaha melalui proses kreatif dan inovatif

---

<sup>40</sup><http://www.info4innovation.net/blog/detail/pentingnya-inovasi-dalam-usaha-kecil-dan-menengah> (diakses pada 13 Agustus 2018)

menciptakan nilai tambah atas barang dan jasa yang kemudian menciptakan berbagai keunggulan termasuk keunggulan bersaing.<sup>41</sup>

Penjelasan diatas menunjukkan bahwa pentingnya inovasi produk dalam pengembangan usaha karena dapat menghasilkan keunggulan-keunggulan pada produk yang dimiliki. Keunggulan inilah yang akan menjadi daya tarik konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

d. Strategi WT (*Weaknesses and Threats*)

Strategi WT (Kelemahan dan Ancaman) adalah strategi yang dilakukan dengan cara meminimalisir dan mengantisipasi kelemahan dan ancaman yang dimiliki oleh lembaga. Strategi WT yang harus dilakukan oleh BMT Pat Sepakat menurut penulis adalah sebagai berikut:

1) Melakukan kerja sama

Melakukan kerja sama merupakan salah satu upaya dalam memperluas jangkauan pasar yang sulit dijangkau oleh perusahaan atau suatu lembaga keuangan seperti dalam hal ini adalah BMT Pat Sepakat.

Kurang strategisnya lokasi yang dihadapi BMT Pat Sepakat mengharuskan BMT mencari solusi dalam menyelesaikan masalah tersebut. Melakukan kerja sama dilingkungan kampus ataupun diluar lingkungan kampus menjadi salah satu solusi untuk menanggulangi masalah kurang strategisnya lokasi.

---

<sup>41</sup> <http://pmct.co.id/pentingnya-inovasi-dan-kreativitas-dalam-berwirausaha/> (diakses pada 13 Agustus 2018)

Upaya kerja sama dengan mitra usaha ini memberikan peluang bagi BMT untuk memperluas jangkauan pasar, dan mempermudah nasabah atau konsumen dalam bertransaksi dengan BMT tanpa terkendala dengan lokasi yang sulit untuk dijangkau masyarakat.

## 2) Meningkatkan pengelolaan simpanan wajib dan pembiayaan

Suatu lembaga keuangan seperti BMT, simpanan wajib dan pembiayaan merupakan salah satu sumber permodalan bagi BMT. Sumber permodalan BMT Pat Sepakat lebih dari 50% adalah dari simpanan wajib dan pembiayaan yang disalurkan, hal ini menunjukkan bahwa simpanan wajib dan pembiayaan yang diberikan memiliki kontribusi permodalan yang besar bagi BMT.

Pengelolaan simpanan wajib dan pembiayaan memiliki peran penting dalam perkembangan BMT khususnya dalam hal permodalan, dimana modal ini menunjang operasional BMT. Melihat modal BMT yang 50% adalah dari simpanan wajib dan pembiayaan, maka dalam pengelolaan simpanan wajib dan pembiayaan harus ditingkatkan.

## 2. Hasil Analisa

Faktor internal dan eksternal yang terdiri dari empat faktor diatas kemudian dianalisis menggunakan matriks SWOT untuk menemukan alternatif strategi apa yang mungkin diterapkan di BMT Pat Sepakat. Matriks SWOT digunakan untuk menentukan alternatif yang didapat dari perbandingan berbagai faktor baik internal maupun eksternal yang didasarkan pada asumsi pada perusahaan harus menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang,

menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman, mengatasi kelemahan untuk memanfaatkan peluang dan meminimalisir kelemahan untuk mengatasi ancaman yang ada.

Analisis dari berbagai faktor yang ada, maka ada tiga hal penting yang harus diupayakan untuk perkembangan BMT Pat Sepakat ke depannya yakni sebagai berikut:

- a. Melakukan pemindahan lokasi BMT ke tempat yang lebih strategis
- b. Menyelesaikan masalah regulasi
- c. Perhatian pimpinan secara nyata.

## BAB V

### PENUTUP

#### A Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dan analisis, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. BMT Pat Sepakat dari awal berdiri sampai sekarang selalu mengalami peningkatan jika dilihat dari jumlah nasabah, jumlah pembiayaan yang disalurkan, dan jumlah asset sedangkan jumlah laba mengalami naik turun setiap tahunnya. Pertumbuhan BMT dari tahun ke tahunnya, yaitu jumlah nasabah sebesar 83,23%, jumlah pembiayaan yang disalurkan sebesar 92,5%, jumlah asset sebesar 148,12%, sedangkan jumlah laba sebesar 87,06%.
2. Kekuatan, kelemahan, tantangan dan peluang BMT Pat Sepakat adalah yang *pertama*, dari sisi kekuatan BMT Pat Sepakat memiliki 5 kekuatan yakni margin yang kompetitif dan lebih ringan, tingkat pendidikan pengelola dan pengurus yang cukup tinggi, ketersediaan sarana dan prasarana yang cukup memadai, sistem syariah, penerapan strategi jemput bola. *Kedua*, dari sisi kelemahan BMT memiliki 5 kelemahan yakni lokasi yang kurang strategis, kurangnya permodalan, kurangnya tenaga marketing, belum adanya legalitas pendirian, pengelola yang kurang tegas dalam menghadapi anggota bermasalah. *Ketiga*, dari sisi peluang BMT memiliki 5 peluang yakni BMT menganut sistem bagi hasil sehingga tahan terhadap krisis global, perkembangan Bank Syariah di Indonesia, masyarakat yang mayoritas Muslim, misi lembaga keuangan syariah yang sejalan dengan program pemerintah, fatwa MUI tentang pengharaman bunga bank. *Keempat*, dari

sisi tantangan BMT memiliki beberapa tantangan, yaitu pemahaman masyarakat terhadap transaksi bisnis syariah, keberadaan jaringan konvensional dan akses pasarnya, belum adanya regulasi yang khusus tentang BMT, kurangnya minat masyarakat, kepercayaan masyarakat tentang konsistensi dalam menerapkan sistem syariah.

3. Strategi pengembangan BMT Pat Sepakat di lingkungan kampus IAIN Curup yaitu strategi pemasaran dan strategi diversifikasi. Strategi pemasaran yang digunakan BMT adalah strategi 4p. *Pertama* adalah produk (*Product*), dimana BMT produk yang ditawarkan BMT memiliki beberapa keunggulan, yaitu bebas biaya bulanan, margin yang kompetitif dan lebih ringan, dan menggunakan prinsip suka sama suka. *Kedua*, harga (*Price*), BMT memberikan kemudahan bagi nasabah dengan saldo awal yaitu Rp. 20.000 – Rp. 50.000 saja. *Ketiga*, promosi (*Promotion*), BMT melakukan promosi dengan cara penyebaran brosur, *mouth by mouth*, dan media sosial. *Keempat*, tempat (*Place*), BMT menggunakan strategi jemut bola dalam mengatasi lokasi yang kurang strategi. Strategi yang kedua yang digunakan BMT adalah strategi diversifikasi dimana BMT menawarkan berbagai varian produk pada segmen pasar yang sama.

## **B Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi BMT Pat Sepakat Curup, harus lebih inovatif dan kreatif lagi dalam upaya pengembangan produk yang dimiliki, harus lebih dioptimalkan lagi

pengelolaan simpanan wajib dan pembiayaan yang merupakan sumber penguatan bagi permodalan BMT, serta melakukan pengawasan pada anggota yang melakukan pinjaman berupa pembiayaan agar dapat menghasilkan keuntungan yang lebih maksimal.

2. Bagi pembaca, semoga penelitian ini menumbuhkan semangat agar bisa ikut berperan dalam mengembangkan lembaga keuangan syariah seperti BMT agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan konvensional.
3. Bagi mahasiswa, penelitian ini dapat menjadi alat pembanding ataupun sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Euis, 2009, *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam Penguatan Peran LKM dan UKM di Indonesia*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa, Maret 2014, *Manajemen Bisnis Syariah*, Edisi Revisi, Bandung: Alfabeta CV
- Arikunto, Suharsimi, 2013, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta
- Departemen Agama RI, 1993, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Semarang: Karya Toha Putra
- Hadi, Amrul dan Haryono, 1998, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung : Pustaka Setia
- Hamali, Arif Yusuf, 2016, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Jakarta: PT Kharisma Putra Utama
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 1999, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: BPFE
- Kasmir, 2006, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Grafindo Persada
- Rafiudin dkk, 2009, *Prinsip & Strategi Dakwah*, Bandung: Pustaka Setia
- Rianto, Al Arif Muhammad Nur, 2012, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta
- Soemitra, Andri, 2017, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Edisi Kedua, Jakarta: Kencana
- Sugiyono, 2005, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta
- Ulber, Silalahi, 2009, *Penelitian Sosial*, Bandung: PT Refika Aditama
- Jurnal & Skripsi:
- Antoso, Jamuri, 2017, *Strategi Pendirian Koperasi Syariah di Kabupaten Lebong*, Skripsi, Fak. STAIN Curup
- Bahtiar, Eko, 2016, *Strategi Pengembangan Baitul Māl wat Tamwil Berdasarkan Analisis SWOT (BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta)*, Tesis, Fak. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Handayani, Tariq Tri, 2017, *Analisis Pengaruh NIM dan BOPO Terhadap Profitabilitas Baitul Māl wat Tamwil (Studi Kasus BMT Pat Sepakat Periode 2014-1016)*, Skripsi. Fak. Stain Curup

Irawan, Dedi dkk, Januari 2013, *Analisis Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah(LKMS) Pedesaan (Studi Kasus BMT Al Hasanah Sekampung)*, Vol. 1 No 1

Lubis, Besti Neliza 2016, *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menjadi Anggota di BMT Pat Sepakat Curup*, Skripsi. Fak. Stain Curup

Pratomo, Dian dkk, Februari 2009, *Straegi Lembaga Keuangan Mikro Syariah dalam Mengembang Usaha Mikro (Kasus LKMS BMT KUBE SEJAHTERA Unit 20, Sleman-Yogyakarta)*, Vol. 4 No 1

Suganda, Andi, 2016, *Peran Pembiayaan Mudharabah di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Pat Sepakat Stain Curup dalam Pengembangan Usaha Mikro Bagi Anggota*, Skripsi. Fak. Stain Curup

Susila, Ahdiyati Gus, 2014, *Strategi Kesuksesan Koperasi BMT Masalah dalam Pengembangan Usaha dan Pemberdayaan Ekonomi Umat*. Tesis Program Magister Pasca Sarjana UIN Sunan Kalijaga

Narasumber:

Nining Doyosi (Administrasi BMT Pat Sepakat), Wawancara, 26 Juni 2018, pukul 10.30 WIB

Rendra Anjaswara (*Manager* BMT Pat Sepakat), Wawancara, 04 Juli 2018, pukul 11.25 WIB

Internet:

Banbandot, *Analisis Strategi Bisnis*, <http://www.wattpad.com>, (diakses pada 19 Desember 2017)

Henzkey, *6 Jenis Strategi Fungsional*, <http://belajarmanagements.wordpress.com>, 03 Mei 2018

<http://kumpulan-materi-kuliahku.blogspot.co.id>, (diakses pada 23 April 2018)

<http://www.repo.iain.tulungagung.ac.id> (diakses pada 23 April 2018)

[Http://Infomanfaat.com](http://Infomanfaat.com) (di akses pada tanggal 24 Mei 2018)

L

A

M

P

I

R

A

N

Wawancara dengan Bapak Rendra Anjaswara SE selaku *manager* BMT Pat Sepakat Curup



## **PROFIL PENULIS**



Lusi Andriani, dilahirkan di Tanjung Dalam pada tanggal 28 November 1995. Anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Arsan dan Jusni. Penulis menyelesaikan pendidikan di sekolah dasar SD 91 Tanjung Dalam kecamatan Curup Selatan, dan menyelesaikan pendidikannya pada tahun 2008.

Pada tahun 2008 penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 01 Curup Selatan Kabupaten Rejang Lebong dan menyelesaikan pendidikannya pada tahun 2011, kemudian melanjutkan pendidikannya di MAN 01 Kepahiang dan menyelesaikan pendidikannya pada tahun 2014. Selanjutnya melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi. Tepatnya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Prodi Perbankan Syariah. Penulis menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada tahun 2018.