

**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN *MUDHARABAH*
DI BMT AN-NAWAWI PURWOREJO**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar

Ahli Madya Dalam Perbankan Syariah

Dosen pembimbing : Dede Rodin, M.Ag



Oleh :

Nama : Ulfa Min Khatul Wafiroh

NIM :132503150

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2016

Dede Rodin, M.Ag
Lembur Sawah 26 RT 02/12
Utama Cimahi Selatan, Kota Cimahi

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar
Hal : Naskah Tugas Akhir
A.n Sdr. Ulfa Min Khatul Wafiroh

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
UIN Walisongo

Assalamua'alaikum Wr.Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirimkan naskah Tugas Akhir saudara :

Nama : Ulfa Min Khatul Wafiroh
Nomor Induk : 132503150
Judul Tugas Akhir : STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN
MUDHARABAH DI BMT AN-ANWAWI
PURWOREJO

Selanjutnya saya mohon agar Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang 4 Mei 2016
Pembimbing



Dede Rodin, M.Ag
NIP. 19720416 2001121 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp (024) 7608454 Semarang 50185
Website: febi_walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

PENGESAHAN

Nama : Ulfa Min Khatul Wafiroh
NIM : 132503150
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : **“STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN
MUDHARABAH DI BMT AN-NAWAWI PURWOREJO”**

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaud/baik/cukup, pada tanggal:

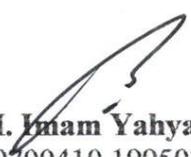
13 Juni 2016

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Diploma Tiga dalam bidang Perbankan Syariah.

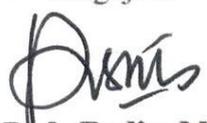
Semarang, 13 Juni 2016

Mengetahui,

Penguji I


Dr. H. Imam Yahya, M.Ag
NIP. 19700410 199503 1 1001

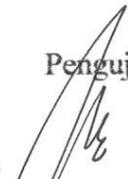
Penguji II


H. Dede Rodin, M.Ag
NIP. 19720416 200112 1 002

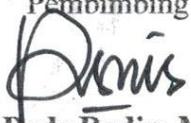
Penguji III


H. Johan Arifin, S.Ag., MM
NIP. 19710908 200212 1 001

Penguji IV


Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag.
NIP. 19590413 198703 2 001

Pembimbing


H. Dede Rodin, M.Ag
NIP. 19720416 200112 1 002

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak berisi materi yang telah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Tugas Akhir ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 4 mei 2016

Deklarator,




Ufa Min Khatul Wafiroh
NIM. 132503150

MOTTO

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.

(Qs An-nisa 58)

PERSEMBAHAN

Syukur alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, Tuhan seluruh alam yang telah memberikan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun Tugas Akhir yang dilakukan di BMT An-Nawawi Purworejo ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang selalu kita harapkan syafaat-Nya di yaumul qiyamah nanti.

Dalam perjalanan hidup, saya tidak pernah bisa hidup sendiri, saya selalu membutuhkan orang lain dalam suka maupun duka. Orang-orang yang selalu berada disampingku ketika saya membutuhkan bantuan, orang yang selalu mendoakan keberhasilanku dan orang yang selalu mendukung di setiap impianku. Dan sebagai bentuk ungkapan terimakasih kepada mereka, saya hanya mempersembahkan sebuah karya sederhana ini. Karya tulis ini kupersembahkan kepada:

1. Ayahanda Sugiarto dan Ibunda Natijatul Hikmah tercinta yang telah memberikan curahan kasih sayang yang tulus dan pengorbanan yang diberikan agar putrinya bisa menuntut ilmu setinggi mungkin.
2. Adek saya Amalia Firdaus, Salisa Amaninisak, dan Inda Nala Zulfa yang sangat saya sayangi, semoga adek-adek saya tersebut dapat menjadi orang yang berguna bahkan lebih dari apa yang saya capai sekarang.
3. Untuk Bapak H. Taufik Hidayat dan Umi Ratna yang selalu mendorong penulis dan memberikan dukungan dan doa dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Titi Ariyani selaku manajer di BMT An-Nawawi Purworejo beserta stafnya, Mbah Muhaimin, Mas arief wicaksono, dan Mbak Retno yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmunya dan dalam membantu mencari data untuk terselesaikannya Tugas Akhir ini.
5. Sahabat-sahabatku: Laras, Anis, Fiki, Ana, Nur, Nurul dan teman seperjuanganku D3 Perbankan Syariah 2013 khususnya PBS-D RUWET yang telah menemani saya selama 3 tahun di bangku kuliah.

6. Dan tak ketinggalan juga teman seperjuanganku dari SMA sampai saat ini siti zulaikah, nila fauziah dan saudaraku rohmizul qodah makasih buat semangat kalian selama ini.
7. Terima kasih buat calon pendampingku; Muhammad Asfaal Fuad, yang tanpa lelah menemani dan mendukung saya selama saya mengerjakan Tugas Akhir ini.
8. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam kegiatan praktek kerja lapangan ini yang tidak dapat ditulis satu persatu.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, dan inayah-Nya kepada penulis sehingga karya ilmiah yang berjudul “Strategi Pemasaran Pembiayaan *Mudharabah* di BMT An-Nawawi Purworejo” dapat terselesaikan walaupun setelah melalui beberapa hambatan dan rintangan. Shalawat dan salam semoga terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah mengantar umatnya dari zaman kebodohan sampai pada zaman terangnya kebenaran dan ilmu pengetahuan.

Teriring rasa terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis selama proses penulisan Tugas Akhir ini. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag, Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak H. Johan Arifin, S.Ag, MM, selaku Ketua Jurusan D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Dede Rodin, M.Ag, selaku pembimbing yang telah tulus ikhlas membimbing, mengarahkan dan memberikan petunjuk kepada penulis, sehingga Tugas Akhir ini dapat tersusun dengan baik.
5. Bapak Nadzir, MSI, selaku wali studi yang telah tulus ikhlas menasehati, mengarahkan dan memberikan petunjuk.
6. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo Semarang.
7. Seluruh staff dan Karyawan BMT An-Nawawi Purworejo.

Tugas Akhir yang sederhana ini terlahir dari usaha yang maksimal dari kemampuan terbatas pada diri penulis. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan, baik dari segi isi maupun tulisan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan di masa yang akan datang.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembaca yang budiman. Kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Hanya kepada-Nya kita bersandar, berharap, dan memohon taufik dan hidayah.

Semarang, Mei 2016

Penulis

Ulfa Min Khatul Wafiroh
NIM. 132503150

ABSTRAK

Strategi pemasaran merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam memasarkan berbagai produk agar diminati oleh masyarakat. Demikian halnya dengan BMT An-Nawawi Purworejo yang salah satunya memiliki produk pembiayaan *mudharabah*. Pembiayaan ini merupakan pembiayaan yang paling banyak diminati karena pada dasarnya masyarakat sekitar daerah Purworejo merupakan pedagang klontong atau pengusaha-pengusaha kecil mikro yang perlu mendapatkan pinjaman dana. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran pembiayaan *mudharabah* di BMT An-Nawawi Purworejo dan kendala apa yang dihadapi BMT An-Nawawi dalam memasarkan pembiayaan *mudharabah*.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Untuk memperoleh data-data yang diperlukan, penulis menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi yang kemudian data-data yang sudah terkumpul dianalisa dengan menggunakan metode deskriptif analitis.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut: *Pertama*, strategi pemasaran BMT An-Nawawi dalam memasarkan pembiayaan *mudharabah* menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi 4P, yaitu: (a) Produk (*Product*). Produk pembiayaan *mudharabah* memakai akad kerjasama dimana modal 100% dari *shahibul maal*; (b) Harga (*Price*). Administrasi pembiayaan *mudharabah* di BMT An-Nawawi hanya mengganti biaya kelengkapan administrasi seperti materai dan ongkos survey, (c) Penempatan distribusi (*placement*), bisa dilakukan di kantor BMT An-Nawawi Purworejo atau pihak BMT mendatangi rumah nasabah dengan sistem jemput bola; (d) Promosi (*Promotion*). Promosi yang dilakukan BMT An-Nawawi antara lain, periklanan radio, brosur, *door to door*, melalui pengajian, dan spanduk.

Kedua, kendala yang dihadapi BMT An-Nawawi dalam proses pemasaran pembiayaan *mudharabah* antara lain: (a) produk. Banyaknya lembaga keuangan yang ada di daerah Purworejo yang menjadi pesaing dalam produk pembiayaan *mudharabah*, Rendahnya pengetahuan masyarakat tentang produk pembiayaan *mudharabah*, jadi pihak BMT An-Nawawi Purworejo harus memberikan pengertian yang baik tentang produk *mudharabah*, Adanya pinjaman-pinjaman yang tidak lancar yang menghambat pembiayaan *mudharabah* lainnya; (b) Harga. Banyaknya lembaga keuangan seperti, BRI, dan BPR yang ada disekitar Purworejo yang telah lama dikenal oleh masyarakat Purworejo pada umumnya keuangan tersebut menawarkan pinjaman dengan tingkat suku bunga atau bagi hasil yang bersaing; (c) Distribusi. Adanya tempat atau rumah nasabah yang sulit ditempuh, karena sulitnya medan jalan yang ada di daerah Purworejo; (d) Promosi. Tidak semua nasabah yang didatangi pihak BMT An-Nawawi bersedia menjadi anggota.

Kata kunci: Strategi, Pemasaran, dan *Mudharabah*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
DEKLARASI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
D. Tinjauan Pustaka	5
E. Metodologi Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TOERI	
A. Strategi Pemasaran	
1. Definisi Strategi Pemasaran	10
2. Tujuan Pemasaran	11
3. Proses Pemasaran	11
4. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	12
B. Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	
1. Definisi <i>Mudharabah</i>	16
2. Landasan <i>Mudharabah</i>	16
3. Rukun dan Syarat <i>Mudharabah</i>	17
4. Fatwa DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	19

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Profil BMT An-Nawawi Purworejo	
1. Sejarah BMT An-Nawawi Purworejo	23
2. Visi dan Misi BMT An-Nawawi Purworejo	27
3. Mitra Kerja BMT An-Nawawi Purworejo	28
4. Tujuan BMT An-Nawawi Purworejo	28
5. Kantor Cabang BMT An-Nawawi Purworejo	28
6. Susunan Organisasi BMT An-Nawawi Purworejo	29
B. Produk BMT An-Nawawi Purworejo	
1. Penghimpunan Dana (<i>Funding</i>)	35
2. Pembiayaan (<i>Lending</i>)	36
3. Syarat Pengajuan Pembiayaan	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Pembiayaan <i>Mudharabah</i> di BMT An-Nawawi Puworejo	41
B. Kendala yang dihadapi BMT An-Nawawi dalam Proses Pemasaran Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	45
C. Analisis	46

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	49
B. Saran	50
C. Penutup	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi suatu bangsa memerlukan pola pengaturan pengelolaan sumber-sumber ekonomi yang tersedia secara terarah dan terpadu serta bermanfaat bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Lembaga-lembaga perekonomian bahu membahu mengelola dan memgerakkan semua potensi ekonomi agar berhasil guna secara optimal.

Lembaga keuangan mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menggerakkan roda perekonomian. Akan tetapi, badan perekonomian di Indonesia ini, banyak yang tidak menggunakan cara-cara yang sesuai dengan ajaran islam, oleh sebab ini orang Islam berusaha mengembangkan keuangan yang berbasis syari'ah.¹

Sejak Indonesia mengalami krisis moneter pada akhir tahun 1997, peranan Baitul Mal Wat Tamwil cukup besar dalam rangka membantu kalangan usaha kecil dan menengah. Peranan BMT pada waktu itu juga sangat penting dalam membangun kembali usaha yang sehat di Indonesia pasca krisis moneter. Maka dari itu, BMT memerlukan strategi pemasaran yang tepat bagi pemberdayaan usaha kecil dan menengah. Strategi itu di harapkan menjadi salah satu alat untuk membangun kembali kekuatan ekonomi rakyat dan mampu memperkuat sistem perekonomian nasional. Sehingga problem kemiskinan dan tuntutan ekonomi dimasyarakat bisa teratasi.²

BMT diharapkan bisa menjadi lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil menengah dengan prinsip syari'ah. Keberadaan BMT merupakan represtasi dari kehidupan masyarakat dimana BMT mampu mengodindir kepentingan msyarakat. Dengan menghinpun dan menyalurkan dana masyarakat sacara menawarkan produk-produk perbankan dengan

¹ Sinungan Muchdarsyah, *Manajemen Dana Bank*, Cet.1. Jakarta: Bumi Aksara, 1992, h.1

² Ahmad Hasan Ridwan, *BMT Bank Islam*, Bandung: Pusaka Bany Quraisy, 2004, h.27

menggunakan akad dan prinsip syari'ah yang bertujuan mencari keuntungan tanpa meninggalkan kepentingan sosial didalamnya.³

Dalam fungsinya BMT selain harus mampu memberikan pelayanan yang baik tetapi juga harus tetap berhubungan secara baik dengan masyarakat sebagai nasabahnya. Hubungan ini dijalankan dengan tujuan agar BMT dapat mengetahui sejauhmana kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Kepuasan nasabah ini merupakan bagian terpenting dari BMT.

Oleh karena itu harus diberikan pelayanan dengan mutu terbaik, karena tanpa nasabah BMT tidak ada artinya. Peningkatan jumlah dan pemerataan BMT yang merupakan obsesi pemerintah. Bagi BMT, hal tersebut justru akan semakin meningkatkan motivasi dikarenakan ketatnya persaingan. Jadi agar bertahan hidup, BMT harus meningkatkan mutu pelayanannya di samping menerapkan prinsip-prinsip efisiensi secara ekonomik. Hal ini merupakan tantangan yang perlu dihadapi oleh manajer BMT saat ini dalam menghadapi persaingan tersebut. Perkembangan kebutuhan pelayanan masyarakat dimasa depan ditentukan oleh perubahan ekonomi, sosial. Nasabah sebagai komitmen utama jasa pelayanan BMT perlu diperhatikan keinginan dan kebutuhannya. Keinginan pemasaran BMT di Indonesia akhir-akhir ini mulai mendapat perhatian. Pada awalnya BMT menggunakan upaya pemasaran hanya untuk mencari nasabah dengan meningkatkan komunikasi dengan masyarakat.⁴

Pada tahun 1990-an banyak perusahaan menyadari pentingnya pemasaran yang berorientasi pada konsumen dalam aktivitas penjualan produk atau jasanya, jadi orientasi pada produk maupun pada teknologi saja tidaklah cukup, banyak sekali produk yang ditolak dikarenakan perusahaan membuat produk tanpa masukan dari pelanggan, demikian pula banyak perusahaan maupun bank melupakan pelanggan atau nasabahnya sesudah terjadi transaksi penjualan, akibatnya mereka kehilangan pelanggan atau nasabah prima. Dari kenyataan tersebut akhirnya pada tahun 1990-an muncul pandangan baru

³ Muhammad, *Sistem dan Prosedur Bank Syariah*, Yogyakarta: Tim UII Press, 2000.
H.59

⁴Ibid h.21

mengenai keunggulan bersaing dalam bisnis yaitu pandangan yang berbasis pasar (*market based view*).

Oleh karenanya peranan marketing sangatlah penting dalam menunjang keberhasilan perusahaan. Tanpa adanya strategi pemasaran yang baik produk yang telah didesain sedemikian rupa tidak akan dibeli oleh konsumen. Disinilah tugas para marketeting untuk memasarkan produk mereka sehingga dibeli oleh konsumen.

Dalam strategi marketing dikenal dengan tiga medan pertempuran yang harus dimenangkan, yaitu pada aspek strategi, yaitu segmentasi pasar (*segmentation*), target pasar yang tepat (*targeting*) dan penentuan posisi (*positioning*) harus lebih baik dalam rangka memenangkan perang pemikiran, bagaimana untuk menarik nasabah.

Pada aspek taktik, dalam berdagang mesti memperhatikan tiga aspek penting, yaitu *differentiation* (keunikan) dari sebuah produk, juga dengan marketing mix yang sering dikenal dengan istilah 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*), dan *selling*, yaitu kekuatan penjualan untuk memenangkan persaingan pasar.

Dalam konteks pemasaran, promosi penjualan merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang coba-coba dari konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau memperbaiki kualitas produk. Hal yang penting yaitu bahwa upaya pemasaran melalui promosi penjualan dilakukan dalam jangka pendek. Konsumen akan terbiasa dengan promosi penjualan sehingga respon terhadap kegiatan promosi penjualan akan cenderung sama dengan respon terhadap kegiatan yang bukan promosi penjualan. Promosi penjualan dapat dirancang untuk memperkenalkan produk baru dan juga membangun merk dengan penguatan pesan iklan dan citra perusahaan, selain itu promosi penjualan dapat mendorong konsumen dapat melakukan pembelian.⁵

Di BMT An-Nawawi Purworejo yang sudah memiliki beberapa cabang dan telah mampu bersaing dan berpartisipasi aktif pada operasinya. Beberapa

⁵ M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005, h.207

produk pembiayaan yang dimiliki juga mendapat respon yang baik dari masyarakat, misalnya pada produk pembiayaan *mudharabah* pembiayaan ini banyak digunakan para pedagang dan pekebun di daerah Purworejo karena bagi hasilnya yang relatif murah dan sistem tawar menawar. Hal ini yang membuat nasabah semakin banyak menggunakan produk ini.

Oleh karena itu berdasarkan uraian tersebut si penulis tertarik untuk membahas tugas akhir ini tentang “ STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH DI BMT AN-ANAWAWI PURWOREJO”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka si penulis mengambil pokok permasalahan yang akan dibahas berkaitan dengan judul si penulis sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan mudharabah di BMT An-Nawawi Purworejo?
2. Apa kendala yang dihadapi BMT An-Nawawi dalam proses pemasaran pembiayaan mudharabah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Tujuan Formal adalah sebagai persyaratan untuk melengkapi tugas akademik dalam rangka menyelesaikan studi D3 perbankan syariah pada Fakultas FEBI UIN Walisongo Semarang.
2. Tujuan Material adalah:
 - a. Untuk memahami bagaimana strategi pemasaran murabahah di BMT An-Nawawi Purworejo.
 - b. Untuk memahami dan meneliti apa saja kendala yang dihadapi BMT An-Nawawi dalam proses pembiayaan An-Nawawi Purworejo.

Adapun manfaat penelitian antara lain:

1. Bagi Penulis

Lebih memahami dan mengetahui tentang bagaimana strategi pemasaran Pembiayaan *Mudharabah* di BMT An-Nawawi, dan sebagai tambahan pengalaman bagi sipenulis.

2. Bagi BMT An-Nawawi Purworejo

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi BMT An-Nawawi Purworejo agar dapat berkembang lagi, terutama dalam strategi pemasaran pembiayaan *mudharabah*.

3. Bagi masyarakat

- a) Memberikan pengetahuan baru terhadap pembaca tentang hal yang telah diteliti.
- b) Dapat memberikan tambahan informasi dan referensi khususnya bagi mahasiswa yang akan menyusun Tugas Akhir.
- c) Dengan adanya penelitian ini masyarakat akan lebih mengenal adanya pembiayaan *mudharabah* dalam BMT An-Nawawi.

4. Bagi Fakultas

Sebagai tambahan referensi dan informasi khususnya bagi mahasiswa mengenai penerapan strategi pemasaran pembiayaan *mudharabah* dan study evaluasi dalam pengembangan penelitian kedepannya supaya lebih baik.

D. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari kesamaan penulisan dan plagiat dalam Tugas Akhir ini maka berikut ini penulis sampaikan hasil penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

Pertama, Penelitian Aries Firdaus, yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan KBMT Al-Jibaal Cirendeu Ciputat Timur Tangerang Selatan”.⁶ Hasil penelitian yang didapat adalah, (1). Strategi Promosi yang

⁶ Aries Firdaus, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan KBMT al-Jibaal Cirendue Ciputat Timur Tangerang Selata”, Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2014, h. vii, t.d.

digunakan masih sangat sederhana, dan penyebaran informasinya pun terbatas hanya di area cirendue (2). Belum adanya media komunikasi elektronik berupa Fans, Page, Facebook dan Website, padahal identitas perusahaan sangat penting untuk diketahui masyarakat luas. (3). Strategi harga yang dilakukan KBMT mengikuti harga pasar koperasi yang lain dengan margin dan nisbah 2 s.d 2.5 %. (4). Pada prinsip pembiayaan, KBMT AL-Jibaal menggunakan Prinsip 5C, namun ada pengecualian jika si peminjam adalah saudara atau teman dari pengurus KBMT. Maka yang menjadi jaminan boleh pengurus KBMT itu sendiri.

Kedua, Penelitian Nur Aini Zulfa, yang berjudul “Praktek Pembiayaan mudharabah pada BMT An-Nawawi Purworejo”.⁷ Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktek pembiayaan *mudharabah* di BMT An-Nawawi Purworejo sesuai dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional tentang pembiayaan Mudharabah. Praktek pembiayaan *mudharabah* di BMT An-Nawawi Purworejo sudah memenuhi unsur-unsur tersebut. Adanya pemisahan fungsi dan tugas untuk masing-masing bagian, terdapat penulisan tanggal, nomor pembiayaan, pengisian kolom secara urut, dan paraf dari petugas yang bersangkutan didokumen pembiayaan *mudharabah*, serta karyawan yang kompeten dibagian pembiayaan membuat prosedur pembiayaan mudharabah telah diterapkan di BMT An-Nawawi Purworejo berjalan dengan baik.

Berdasarkan tinjauan pustaka yang penulis deskripsikan di atas, ada perbedaan antara peneliti di atas dengan yang penulis teliti yaitu terletak pada waktu penelitian yang berbeda, dan subyek, obyek yang berbeda dan metode analisis. Meskipun sama tertuju pada pemasaran, tapi penulis lebih spesifik dalam hal Strategi Pembiayaan *Mudharabah* di BMT An-Nawawi Purworejo.

http://PEMASARAN/ARIES_FIRDAUS-FDK.pdf diakses Pukul, 18.30 WIB, tanggal 10 februari, 2016

⁷ Nur Aini Zulfa, “Praktek Pembiayaan Mudharabah pada BMT An-Nawawi Purworejo”, Tugas Akhir, Semarang: UIN Walisongo, 2015, h.7, t.d.

E. Metodologi Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu *research* yang dilakukan di kancah atau di medan terjadinya gejala-gejala.⁸

Penelitian ini dilakukan langsung di BMT An-Nawawi Purworejo.

2. Sumber Data

a. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan teknik pengambilan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari.⁹ Data-data yang dikumpulkan di sumber primer ini berasal dari situasi langsung yang aktual ketika suatu peristiwa itu terjadi.¹⁰ Data primer ini memiliki kelebihan serta kekurangan, dimana kelebihannya adalah data yang didapatkan ini akan sesuai dengan tujuan penelitian dari peneliti dan dikumpulkan dengan prosedur-prosedur yang ditetapkan serta dikontrol oleh peneliti. Data primer dari penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi langsung dari Manager dan bagian marketing di BMT An-Nawawi Purworejo.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara.¹¹ Pada umumnya, data sekunder ini sebagai penunjang data primer. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh melalui buku, majalah atau bulletin, internet dan sebagainya yang berhubungan dengan tema penelitian.

⁸ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Jilid 1, Edisi I, Cetakan Ke-30,, Yogyakarta: Andi, 2000, h.10

⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*, Jakarta: Reneka Cipta, 1992, h.91

¹⁰ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: Unpar Press, 2006, h.266

¹¹ *Ibid.*, h.147

3. Metode Pengumpulan Data.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah mencari data-data yang diperlukan dari obyek penelitian yang sebenarnya. Langkah-langkah dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

a. *Interview* (wawancara)

Interview (wawancara) yaitu suatu percakapan tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang duduk berhadapan secara fisik dan diarahkan pada suatu masalah tertentu.¹² Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan manager dan bagian marketing di BMT An-Nawawi Purworejo.

b. Observasi

Yaitu mengadakan pengamatan langsung yang dilakukan secara sistematis dari fenomena yang diselidiki.¹³ Dalam hal ini penulis mengamati secara langsung proses pemasaran pembiayaan mudharabah yang dilakukan di BMT An-Nawawi Purworejo.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data berdasarkan data yang tidak langsung, berupa laporan, arsip, catatan, buku dan dokumen-dokumen lainnya berkaitan dengan penelitian ini.

4. Metode Analisis Data

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengolah data secara teratur dan rapi. Dalam hal ini penulis menggunakan metode deskriptif analitis yaitu metode yang digunakan terhadap suatu data yang telah dikumpulkan, kemudian diklasifikasikan, disusun, dijelaskan yakni digambarkan dengan kata-kata atau kalimat yang digunakan untuk memperoleh kesimpulan. Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan *mudharabah* di BMT An-Nawawi Purworejo dan apa saja kendala yang

¹² Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: CV. Mandar Maju, 1996, h.187

¹³ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Yogyakarta: Fak. Psikologi UGM, 1994, h.136

dihadapi BMT An-Nawawi Purworejo dalam proses pemasaran pembiayaan *mudharabah*.

F. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Yang terdiri dari Latar Belakang, Rumuan Masalah, Tujuan, dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, Tinjauan pustaka dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisi Tentang Pengertian *mudharabah* strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran dan Pengertian *Mudharabah* Landasan syariah, Syarat dan Rukun *Mudharabah*.

BAB III : GAMBARAN UMUM BMT AN-NAWAWI PURWOREJO

Bab Ini Berisi Tentang Sejarah Berdirinya BMT An-Nawawi Purworejo, Visi Misi, Mitra Kerja, Kantor Cabang, Struktur Organisasi dan Produk-Produk.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan *mudharabah* di BMT An-Nawawi dan apa kendala yang dihadapi BMT An-Nawawi dalam proses pemasaran Pembiayaan *mudharabah*, analisis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab ahir dalam Tugas Ahir ini. Di dalam bab ini penulis akan menarik kesimpulan dari permasalahan yang dibuat dan memberikan saran-saran tentang hal-hal yang di perlukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Definisi Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran adalah proses merencanakan dan melaksanakan konsep, memberi harga, melakukan promosi dan menyalurkan ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang bisa memenuhi tujuan individu maupun organisasi dengan memerhatikan konsep pemasaran yang mensyaratkan orientasi konsumen, orientasi tujuan dan orientasi sistem.¹ Dalam hal ini, strategi pemasaran mengacu pada faktor operasional atau pelaksanaan kegiatan pemasaran seperti penentuan harga, pemberian merek, pembungkusan, penentuan saluran distribusi, pemasangan iklan dan sebagainya.² Biasanya kegiatan pemasaran itu terdiri dari 4 hal yang biasa disebut dengan marketing mix yaitu meliputi *product*, *price*, *placemen*, dan *promotion*.

Definisi Pemasaran itu sendiri adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mensistribusikan produk-produk yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para nasabah saat ini maupun nasabah potensial.³

Pemasaran tidak hanya memiliki cakupan seperti yang dibahas diatas, tetapi pemasaran meliputi perumusan jenis produk yang diinginkan oleh konsumen, perhitungan seberapa banyak kebutuhan konsumen akan produk itu, bagaimana cara menyalurkan produk tersebut kepada konsumen, seberapa tinggi harga yang seharusnya cocok dengan

¹ Carl McDaniel dan Roger Gates, *Riset Pemasaran Kontemporer*, terj. Sumito Rambat Lupiyoadi, Jakarta: Salemba Empat, 2001, h.4-5

² Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Strategis*, Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2001, h.195

³ Thamrin Abdullallah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT RajaGrafindo Pesada, 2013, h.2

konsumennya, bagaimana cara promosi untuk mengkomunikasikan produk tersebut kepada konsumen, serta bagaimana mengatasi kondisi persaingan yang dihadapi oleh perusahaan dan sebagainya.⁴ Oleh karena itu perusahaan harus mampu untuk menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat yang menjadi konsumennya.

Adapun pengertian lain dari pemasaran adalah suatu fungsi perusahaan yang selalu berusaha menjawab tantangan perubahan lingkungan. definisi ini tampak sangat berbeda dengan definisi-definisi lain, yang dikemukakan oleh literatur pemasaran. Pada umumnya, pemasaran didefinisikan sebagai semua kegiatan yang menyangkut semua perencanaan dan pengendalian terhadap aliran barang atau dana dari BMT ke nasabah. Terdapat pula yang mendefinisikan pemasaran sebagai semua kegiatan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan kemudian memperoleh keuntungan dari nasabah tersebut.

2. Tujuan Pemasaran

Suatu perusahaan pasti memiliki tujuan-tujuan dalam memasarkan produk yang sedang di kembangkannya. Adapun tujuan dari pemasaran adalah sebagai berikut:

- a. Mempertahankan pertumbuhan yang kuat bagi perusahaan.
- b. Memberikan efek positif bagi perusahaan.
- c. Mencapai kenaikan yang mantap dalam memenuhi target perusahaan di pasar.
- d. Menjaga stabilitas kelangsungan hidup perusahaan.⁵

3. Proses Pemasaran

Dalam pemasaran pasti terdapat proses pemasaran dan manajer pemasaran bertanggung jawab atas berbagai aktivitas yang dilakukan bersama-sama dalam proses pemasaran itu. Ini meliputi:

⁴ Gitosudarmo, *Manajemen*, ..., h.183

⁵ Philip Khotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, terj. BOB Sabran, Jakarta: Erlangga, Edisi 12, Jilid I, 2008, h.80

- a. Memahami misi organisasi dan peran pemasaran dalam memenuhi misi tersebut.
 - b. Menyusun sasaran pemasaran.
 - c. Menganalisis, mengumpulkan, dan mengartikan informasi tentang situasi organisasi, termasuk kekuatan dan kelemahannya serta berbagai peluang dan ancaman dalam suatu lingkungan.
 - d. Pengembangan suatu strategi pemasaran melalui keputusan secara benar tentang kebutuhan mana dan kebutuhan siapa yang akan dipenuhi oleh organisasi.
 - e. Mendesain pengukuran kinerja.
 - f. Mengimplementasikan strategi pemasaran.⁶
4. Bauran Pemasaran (*Marketing MIX*)

Salah satu unsur dalam strategi pemasaran adalah bauran pemasaran. Istilah bauran pemasaran mengacu pada paduan strategi produk, distribusi, promosi, dan penentuan harga yang bersifat unik yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling merumuskan dengan pasar yang dituju. Distribusi kadangkala dihubungkan dengan tempat, sehingga memberikan kita 4P dalam bauran pemasaran yaitu: Produk (*product*), distribusi (*placement*), promosi (*promotion*), dan harga (*price*).

Seorang manajer pemasaran dapat mengontrol tiap komponen dari bauran pemasaran, tetapi strategi untuk keempat komponen tersebut harus dipadukan untuk mencapai hasil yang optimal. Bauran pemasaran yang sukses didesain secara hati-hati untuk memuaskan pasar yang dituju. Jadi, seorang manajer yang berkecukupan, selalu merencanakan strategi pemasaran yang bagus untuk meniadakan keunggulan dibandingkan para pesaing dan juga melayani dengan baik semua kebutuhan dan keinginan segmen pasar tertentu yang menjadi sasarannya.⁷

⁶ Charles W Lamb, et al., *Pemasaran Buku 1*, terj. David Oktarevia, Jakarta: Salemba Empat, Edisi I, 2001, h.19

⁷ Ibid, h.55

Berikut ruang lingkup tentang bauran pemasaran untuk mencapai strategi pemasaran yang efektif:

a. Strategi produk.

Agar strategi produk dapat lebih efektif dalam rangka mempengaruhi nasabah untuk tertarik dan menggunakan dan kemudian mereka menjadi puas maka kita harus mempelajari beberapa hal tentang strategi ini yaitu konsep produk, siklus kehidupan produk, dan jenis-jenis produk.

Konsep Produk, merupakan suatu pengertian atau pandangan nasabah terhadap suatu produk yang dibutuhkan dan diinginkannya. Jadi, nasabah berpikir tentang seberapa penting dan bergunanya produk itu baginya. Biasanya nasabah memiliki konsep atau pandangan tertentu terhadap suatu produk. Misalnya, terhadap produk "A". apakah arti produk ini bagi nasabah, biasanya nasabah menimbang-nimbang sebelum menggunakan produk ini. Dengan menggunakan produk ini, apakah usahanya semakin maju dan bermanfaat atau malah sebaliknya. Jadi, produk produk yang mampu memberikan kemanfaatan bagi nasabah akan mampu untuk menarik nasabah dan kemudian membuat nasabah tersebut terdorong untuk menggunakan produk tersebut dan setelah menggunakannya nasabah akan dapat menjadi puas sehingga terjadilah penggunaan produk itu berulang-ulang oleh nasabah.

Siklus Kehidupan Produk, Setiap produk sebenarnya akan memiliki siklus perputaran terhadap kehidupannya. Masa pengenalan kepada masyarakat, masa pertumbuhan, masa kedewasaan, kemudian masa penurunan. Masa-masa itu semua yang akan dialami setiap produk. Jenis-jenis Produk, Agar dapat memasarkan produk BMT dengan baik kepada nasabah maka para pegawai perlu mengetahui produk BMT termasuk dalam jenis yang mana, karena masing-masing jenis produk akan memerlukan penanganan yang berbeda dalam memasarkan produk tersebut agar berhasil. Misal, produk *lending*;

murabahah, mudharabah, dan produk funding: Tabungan insani, tabungan pelajar, deposito zamani.

b. Strategi Harga.

Setiap BMT perlu memikirkan tentang penetapan harga atau biaya pada produknya secara tepat karena biaya yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para nasabah untuk menggunakan produk itu. Hal ini tidak berarti pula bahwa pihak Bmt harus menetapkan harga serendah mungkin. Oleh karena itu maka penentuan harga atau biaya haruslah dipikir baik-baik. Dalam hal ini ada beberapa dasar penetapan harga atau biaya yaitu: Biaya dan persaingan.

Biaya, Biaya yang telah dikeluarkan pihak BMT untuk kelengkapan administrasi menjadi pertimbangan utama bagi BMT dalam menentukan biaya-biaya administrasi. Biaya yang ditetapkan dibawah biaya produksinya tentu saja akan mendatangkan kerugian bagi BMT. Oleh karena itu, pada umumnya BMT menggunakan dasar penetapan biaya adalah atas dasar biaya produksinya.

Persaingan, Dalam hal ini BMT menetapkan biaya menurut kebutuhan BMT dalam hal persaingannya dengan BMT atau lembaga keuangan syariah lainnya yang sejenis dan merupakan pesaing-pesaingnya.⁸

c. Strategi Promosi.

Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi nasabah agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh BMT kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu menggunakan produk tersebut. Adapun alat yang dapat dipergunakan untuk mempromosikan produknya BMT adalah dengan beberapa cara yaitu advertensi, promosi penjualan, dan personal selling. advertensi, Merupakan alat utama bagi BMT untuk mempengaruhi nasabahnya. Advertensi dapat dilakukan oleh BMT melalui surat kabar, radio, majalah, dan reklame.

⁸ Gitosudarmo, *pemasaran, ...*, h.205-216

Promosi penjualan (*sales promotion*), Merupakan kegiatan BMT menjajakan produk yang dipasarkannya sedemikian rupa sehingga nasabah akan mudah untuk melihatnya. Misal, menempelkan pamflet di depan kantor atau papan pengumuman sehingga banyak nasabah yang melihat dan kemudian berminat untuk menggunakan produk tersebut. *Personal Selling*, Merupakan kegiatan BMT untuk melakukan kontak langsung dengan para nasabah maupun calon nasabahnya. Dengan kontak langsung diharapkan terjadi hubungan atau interaksi yang positif antara BMT dan nasabah maupun calon nasabahnya yang termasuk dalam kategori ini adalah dari pintu ke pintu, telephone, internet, dll⁹

d. Strategi Saluran Distribusi.

Saluran distribusi berkaitan dengan BMT dalam menyalurkan dan menyebarkan produknya ketempat masyarakat itu berada. Kegiatan untuk menyalurkan produk-produknya itu dilakukan dengan cara langsung dari BMT kepada nasabah, akan tetapi dapat pula secara tidak langsung. Penyalur tidak langsung berarti harus menggunakan penyalur atau distributor, sedangkan penyalur langsung berarti tidak diperlukan adanya penyalur atau distributor. Semua itu merupakan tugas BMT untuk menyalurkan produknya kepada nasabah¹⁰ Tujuan dari strategi distribusi adalah untuk memastikan bahwa produk yang digunakan oleh nasabah itu benar-benar cocok dan banyak membantu nasabah dalam mengembangkan usahanya. Sehingga hal itu bisa membuat nasabah tambah loyal kepada BMT.¹¹

⁹ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, Edisi kedua, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2014, h.161-162

¹⁰ Ibid, h.311

¹¹ Lamb, *Pemasaran*, ..., h.56

B. Pembiayaan *Mudharabah*

1. Definisi *Mudharabah*.

Mudharabah berasal dari kata *dharb*, berarti memukul atau berjalan. *Mudharabah* di sebut juga *muqaradhah* yang berarti bepergian untuk urusan dagang. Secara muamalah berarti pemilik modal (*shahibul maal*) menyerahkan modalnya kepada pekerja/pedagang (*mudharib*) untuk diperdagangkan atau diusahakan, sedangkan keuntungan dibagi menurut kesepakatan bersama.

Secara teknis, *al-mudharabah* adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak di mana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.¹²

2. Landasan Syari'ah

Secara umum landasan dasar syari'ah *mudharabah* lebih mencerminkan anjuran untuk melakukan usaha. Hal ini tampak dalam ayat al-Qur'an dan hadits sebagai berikut:

عَلِمَ أَنَّ سَيَكُونُ مِنْكُمْ مَّرْضِيٌّ ۖ وَءَاخَرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَءَاخَرُونَ يُقْتَتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَأَقْرَأُوا مَا تيسَّرَ مِنْهُ

“Dia mengetahui bahwa akan ada di antara kamu orang-orang yang sakit dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah; dan orang-orang yang lain lagi berperang di jalan Allah, Maka bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al Quran.” (QS. Al-Muzzammil:20)

¹² Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syari'ah (Suatu Pengenalan Umum)*, Jakarta : Tazkia Institute, 1999, h.135

Hadist Nabi Riwayat Ibnu Majah dari Shuhaib¹³

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبَرَكَهَةُ: الْبَيْعُ إِلَى آجَلٍ، وَالْمُقَارَضَةُ، وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ اللَّبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ (رواه ابن ماجه عن صهيب)

“Nabi Saw bersabda: Ada tiga hal yang mengandung keberkahan: jual beli tidak secara tunai, *muqaradhah* (*mudharabah*), dan mencampur gandum dengan jecawut untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual.” (HR. Ibnu Majah dari Shuhaib)

3. Rukun dan Syarat *Mudharabah*

a. Rukun *Mudharabah*.

Faktor-faktor yang harus ada (rukun) dalam akad *Mudharabah* adalah:¹⁴

1) Pelaku (Pemilik Modal Maupun Pelaksana Usaha).

Dalam akad *Mudharabah*, harus ada minimal dua pelaku. Pihak pertama bertindak sebagai pemilik modal, sedangkan pihak kedua bertindak sebagai pelaksana usaha. Tanpa dua pelaku ini, maka akad *Mudharabah* tidak sah.

2) Objek *Mudharabah* (Modal atau Kerja)

Pemilik modal menyerahkan modalnya sebagai objek *Mudharabah*, sedangkan pelaksana usaha menyerahkan kerjanya sebagai Objek *Mudharabah*. Modal yang diserahkan bisa berbentuk uang atau barang yang dirinci berapa nilai uangnya. Sedangkan kerja yang diserahkan bisa berbentuk keahlian, keterampilan, Manajemen Skill, dan yang lainnya.

Persetujuan kedua belah pihak (*Ijab-Qobul*) Disini kedua belah pihak harus secara rela bersepakat untuk mengikatkan diri dalam akad *Mudharabah* si modalnya. *Nisbah* keuntungan inilah yang

¹³ kredit-syariah.com/fatwa-dewan-syariah-nasional-nomor-07dsn-muiiv2000-pembiayaan-mudharabah-qiradh/?_e_pi_=7%2CPAGE_ID10%2C5450772601 diakses Pukul,18.30 WIB, tgl 12 april 2016

¹⁴ Adiwarman karim, *Bank Islam (Analisis Fiqih dan Keuangan)*, Jakarta : IIT Indonesia, 2003, h.20

akan mencegah terjadinya perselisihan antara kedua belah pihak mengenai cara pembagian keuntungan.

4. Syarat *Mudharabah*

a. Pihak yang berakad, kedua belah pihak harus mempunyai kemampuan dan kemauan untuk bekerja sama pemilik dana setuju dengan perannya untuk mengkontribusikan dana sedangkan usahanya setuju perannya dalam menkontribusikan usahanya.

b. Nisbah Keuntungan

Nisbah ini mencerminkan imbalan yang berhak diterima oleh kedua pihak yang melakukan akad *Mudharabah*. *Mudharib* mendapatkan imbalan atas kerjanya, sedangkan *Shohibul Maal* mendapat imbalan atas penyertaan

c. Objek yang diakadkan:

- 1) Harus dinyatakan dalam jumlah atau nominal yang jelas.
- 2) Jenis pekerjaan yang dibiayai, dan jangka waktu kerja sama pengelolaan dana.
- 3) *Nisbah* (porsi) pembagian keuntungan telah disepakati bersama dan ditentukan tata cara pembayarannya.

d. *Sighat* atau akad

- 1) Pihak yang berakad harus jelas dan disebutkan.
- 2) Materi akad yang berkaitan dengan modal kegiatan usaha atau kerja dan nisbah telah disepakati bersama saat perjanjian (akad).
- 3) Risiko usaha yang timbul dari proses kerja sama ini harus diperjelas pada saat *ijab qobul*, yakni bila terjadi kerugian usaha maka akan ditanggung oleh pemilik modal dan pengelola tidak mendapatkan keuntungan dari usaha yang telah dilakukan.
- 4) Untuk memperkecil resiko terjadinya kerugian usaha, pemilik modal dapat menyertakan persyaratan kepada pengelola dalam menjalankan usahanya dan harus disepakati secara bersama.

- 5) Untuk memperkecil resiko terjadinya kerugian usaha, pemilik modal dapat menyertakan persyaratan kepada pengelola dalam menjalankan usahanya dan harus disepakati secara bersama.¹⁵
- e. *Nisbah* (keuntungan)
- 1) Keuntungan harus dibagi untuk kedua belah pihak.
 - 2) Proporsi keuntungan masing masing pihak harus diketahui pada waktu berkontrak, dan proporsi tersebut harus dari keuntungan.
 - 3) Kalau jangka waktu akad *Mudharabah* relative lama, tiga tahun keatas, maka nisbah keuntungan dapat disepakati untuk ditinjau dari waktu kewaktu.
 - 4) Kedua belah pihak harus menyepakati biaya-biaya apa saja yang ditanggung pemodal dan biaya-biaya apa saja yang ditanggung pengelola.¹⁶
5. Fatwa Dewan Syariah Nasional NO:07/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan *Mudharabah*¹⁷

MEMUTUSKAN

a. Pertama Ketentuan Pembiayaan:

- 1) Pembiayaan *Mudharabah* adalah pembiayaan yang dilakukan oleh Lembaga Keuangan syariah kepada pihak lain untuk suatu usaha yang produktif.
- 2) Dalam pembiayaan ini LKS sebagai *shahibul mall* (pemilik dana) membiayai 100% kebutuhan proyek (usaha) sedangkan pengusaha (nasabah) bertindak sebagai mudharib atau pengelola usaha.

¹⁵ Sutan Remi sjahdeini, *Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti, 1999, h.48

¹⁶ Muhammad Syakir sula, *Asuransi Syariah (Iife and General): Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta : Gema Insani, 2004, h.333

¹⁷ kredit-syariah.com/fatwa-dewan-syariah-nasional-nomor-07dsn-muiiv2000-pembiayaan-mudharabah-qiradh/?_e_pi_=7%2CPAGE_ID10%2C5450772601 diakses Pukul,18.30 WIB, tgl 12 april 2016

- 3) Jangka waktu usaha, tatacara pengembalian dana, dan pembagian keuntungan ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak (LKS dengan pengusaha).
 - 4) *Mudharib* boleh melakukan berbagai macam usaha yang telah disepakati bersama dan sesuai dengan syari'ah dan LKS tidak ikut serta dalam manajemen perusahaan atau proyek tetapi mempunyai hak untuk melakukan pembinaan dan pengawasan.
 - 5) Jumlah dana pembiayaan harus dinyatakan dengan jelas dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
 - 6) LKS sebagai penyedia dana menanggung semua kerugian akibat dari *mudharabah* kecuali jika *mudharib* (nasabah) melakukan kesalahan yang disengaja, lalai, atau menyalahi perjanjian.
 - 7) Pada prinsipnya, dalam pembiayaan *mudharabah* tidak ada jaminan, namun agar *mudharib* tidak melakukan penyimpangan, LKS dapat meminta jaminan dari *mudharib* atau pihak ketiga. Jaminan ini hanya dapat dicairkan apabila *mudharib* terbukti melakukan pelanggaran terhadap hal-hal yang telah disepakati bersama dalam akad.
 - 8) Kriteria pengusaha, prosedur pembiayaan, dan mekanisme pembagian keuntungan diatur oleh LKS dengan memperhatikan fatwa DSN.
 - 9) Biaya operasional dibebankan kepada *mudharib*.
 - 10) Dalam hal penyandang dana (LKS) tidak melakukan kewajiban atau melakukan pelanggaran terhadap kesepakatan, *mudharib* berhak mendapat ganti rugi atau biaya yang telah dikeluarkan.
- b. Kedua: Rukun dan Syarat Pembiayaan
- 1) Penyedia dana (*shahibul maal*) dan pengelola (*mudharib*) harus cakap hukum.
 - 2) Pernyataan ijab dan qabul harus dinyatakan oleh para pihak untuk menunjukkan kehendak mereka dalam mengadakan kontrak (akad), dengan memperhatikan hal-hal berikut:

- a) Penawaran dan penerimaan harus secara eksplisit menunjukkan tujuan kontrak (akad).
 - b) Penerimaan dari penawaran dilakukan pada saat kontrak.
 - c) Akad dituangkan secara tertulis, melalui korespondensi, atau dengan menggunakan cara-cara komunikasi modern.
- 3) Modal adalah sejumlah uang dan atau aset yang diberikan oleh penyedia dana kepada *mudharib* untuk tujuan usaha dengan syarat sebagai berikut
- a) Modal harus diketahui jumlah dan jenisnya.
 - b) Modal dapat berbentuk uang atau barang yang dinilai. Jika modal diberikan dalam bentuk aset, maka aset tersebut harus dinilai pada waktu akad.
 - c) Modal tidak dapat berbentuk piutang dan harus dibayarkan kepada mudharib, baik secara bertahap maupun tidak, sesuai dengan kesepakatan dalam akad.
- 4) Keuntungan *mudharabah* adalah jumlah yang didapat sebagai kelebihan dari modal. Syarat keuntungan berikut ini harus dipenuhi:
- a) Harus diperuntukkan bagi kedua pihak dan tidak boleh disyaratkan hanya untuk satu pihak.
 - b) Bagian keuntungan proporsional bagi setiap pihak harus diketahui dan dinyatakan pada waktu kontrak disepakati dan harus dalam bentuk prosentasi (*nisbah*) dari keuntungan sesuai kesepakatan. Perubahan *nisbah* harus berdasarkan kesepakatan.
 - c) Penyedia dana menanggung semua kerugian akibat dari *mudharabah*, dan pengelola tidak boleh menanggung kerugian apapun kecuali diakibatkan dari kesalahan disengaja, kelalaian, atau pelanggaran kesepakatan.

- 5) Kegiatan usaha oleh pengelola (*mudharib*), sebagai perimbangan (*muqabil*) modal yang disediakan oleh penyedia dana, harus memperhatikan hal-hal berikut:
- a) Kegiatan usaha adalah hak eksklusif mudharib, tanpa campur tangan penyedia dana, tetapi ia mempunyai hak untuk melakukan pengawasan.
 - b) Penyedia dana tidak boleh mempersempit tindakan pengelola sedemikian rupa yang dapat menghalangi tercapainya tujuan *mudharabah*, yaitu keuntungan.
 - c) Pengelola tidak boleh menyalahi hukum Syari'ah Islam dalam tindakannya yang berhubungan dengan *mudharabah*, dan harus mematuhi kebiasaan yang berlaku dalam aktifitas itu.
- 6) Ketiga Ketentuan Hukum Pembiayaan
- a) *Mudharabah* boleh dibatasi pada periode tertentu.
 - b) Kontrak tidak boleh dikaitkan (*mu'allaq*) dengan sebuah kejadian di masa depan yang belum tentu terjadi.
 - c) Pada dasarnya, dalam *mudharabah* tidak ada ganti rugi, karena pada dasarnya akad ini bersifat amanah (*yad al-amanah*), kecuali akibat dari kesalahan disengaja, kelalaian, atau pelanggaran kesepakatan.
 - d) Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara kedua belah pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Dzulhijjah 1420 H

4 April 2000 M

BAB III

PROFIL BMT AN-NAWAWI PURWOREJO

A. Profil BMT An-Nawawi Purworejo

1. Sejarah BMT An-Nawawi Purworejo

BMT An-Nawawi Purworejo Bahwa pondok pesantren adalah bagian dari integral dari bangsa dan negara Indonesia, yang oleh karenanya, setiap gerak dan aktivitas pondok pesantren senantiasa didasarkan pada tujuan peningkatan kesejahteraan dan keselamatan manusia Indonesia pada kehidupan dunia dan sesudahnya. Begitu penting dan peranannya kehidupan dunia terhadap akhirat, sehingga Islam mengatur semua sisi kehidupan dunia.¹

Peribadatan, perundang-undangan, perekonomian, dan sebagainya termasuk di antara materi pembahasan islam secara umum. Ilmu fiqih, sebagai produk yurisprudensi hukum Islam misalnya, mengatur tentang pola kehidupan bermasyarakat dalam segenap aspeknya. Dari sinilah, penilaian bahwa koperasi adalah kehidupan baru bagi masyarakat pesantren.

Koperasi atau syirkah dalam bahasa Arabnya sudah sejak ratusan tahun dipelajari dan dipahami oleh masyarakat pesantren (santri) yang terkadang juga dinilai sebagai kaum marginal (pinggiran) oleh mereka yang tidak memahami sisi kehidupan pesantren, hanya karena budaya sarungan yang tetap dipertahankannya setelah hampir setengah abad Indonesia merdeka.

Karena itulah, melihat pondok pesantren program pemerintah guna mendidik koperasi sebagai toko guru perekonomian nasional yang perlu dukungan dari semua pihak yang perkompeten dalam proses penyelenggaraan negara. Koperasi juga merupakan organisasi ekonomi yang bersifat sosial dengan kegiatan usaha di bidang ekonomi. Dengan demikian ia menggunakan prinsip-prinsip ekonomi dalam operasionalnya

¹ Profil BMT An-Nawawi Purworejo

walaupun demikian usaha-usaha lain yang bersifat ekonomi tidak diabaikan. Misalnya mendirikan sekolah tempat pelayanan ibadah, watak sosial yang asasi dari usaha koperasi adalah, usaha koperasi lebih mengutamakan pelayanan pada anggota dan masyarakat dari pada memperoleh keuntungan lebih besar. Adapun usaha yang dikelola oleh koperasi pondok pesantren An-Nawawi Purworejo sebagai berikut:

- a. Waserda (Warung serba ada) Unit waserda menyediakan keperluan santri atau siswa yang meliputi:
 - 1) Alat tulis, buku dan kitab pokok pelajaran pesantren
 - 2) Pakaian seragam atau siswa
 - 3) Peralatan listrik
 - 4) Dan lain-lain
- b. Jasa :

Jasa telekomunikasi, jasa ini diselenggarakan melalui usaha wartel

 - 1) Usaha faximile
 - 2) Usaha rental computer
 - 3) Usaha seluler
 - 4) Baitul Maal wat Tamwil

Mereka ikut terkena dampak terjadinya krisis ekonomi dan keuangan yang melanda negeri, mereka tetap bisa bertahan. Hanya saja mereka sangat membutuhkan bantuan berupa modal untuk membiayai dengan segera usahanya tersebut.

Pada segmen masyarakat seperti inilah, peran dan keberadaan BMT dapat dengan mudah diterima. Sementara untuk mengajukan kredit penambahan modal usaha kepada lembaga keuangan konvensional (bank umum), mereka cenderung menghindari karena beberapa alasan, antara lain:

- a. Bank konvensional tidak melayani masyarakat kelas bawah sulitnya menebus aturan administrasi/birokrasi bank konvensional.
- b. Usaha mereka umumnya masih berskala kecil dan tidak memiliki agunan.

- c. Sistem bunga berbunga yang diterapkan bank konvensional dipandang memberatkan dan masih dipertentangkan oleh sebagian masyarakat muslim.

Untuk mendapatkan modal secara cepat, mudah dan tanpa jaminan biasanya mereka lari kerentenir. Namun dengan bunganya yang mencekik, usaha mereka bukannya semakin berkembang malah semakin mati.

Berangkat dari asumsi dan pemikiran tersebut di atas, maka kopontren An-Nawawi Berjan Purworejo, mendirikan unit simpan pinjam syari'ah yaitu Baitul Maal Wat Tamwil (BMT), dengan melibatkan secara langsung tokoh-tokoh masyarakat dan pesantren dalam proses awal pendirian, monitoring dan meninjau secara periodik yang diwujudkan dalam proporsi modal tetap atau dikenal dengan istilah Simpanan Pokok Khusus (SPK) BMT.

Kemudahan, sistem syar'ah yang diterapkan, adanya dukungan dari para tokoh masyarakat/pesantren maupun kecepatan pelayanan BMT inilah yang menjadikan BMT dengan cepat dapat diterima oleh masyarakat. Walaupun demikian, BMT An-Nawawi Purworejo tetap dikelola dengan mengindahkan prinsip kehati-hatian sebagaimana yang berlaku pada bank konvensional.

Perekonomian dimanapun adanya membutuhkan lembaga keuangan sebagai basis dalam operasinya. Perbankan merupakan suatu institusi lembaga keuangan mempunyai peran sangat penting dalam bidang ekonomi. Kegiatan utama dari perbankan adalah menyerap dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali pada masyarakat dan menyalurkan kembali pada masyarakat. Dengan demikian dunia perbankan dapat menjembatani antara pihak yang kelebihan dana (debitur) dengan pihak yang membutuhkan dana (kreditur).

Dalam menjalankan salah satu fungsinya, perbankan mempunyai prinsip kehati-hatian dimana harus dapat memperkirakan pemasukan dan pengeluaran kas sehingga tidak terjadi penumpukan kas maupun kekurangan kas pada saat akan menyalurkan dana kepada masyarakat

perbankan harus menggunakan perhitungan yang matang. Artinya bank hanya bersedia melakukan pembiayaan bila pembiayaan tersebut benar-benar terjamin keamanannya dan menguntungkan.

Oleh sebab itu tidak mengherankan jika bank mengadakan penilaian kelayakan dan seleksi yang ketat pada setiap nasabah calon pengguna dana bank. Dengan ketatnya penelitian yang diterapkan oleh bank sehingga hanya kepada usaha-usaha yang sudah mapan yang dapat memperoleh fasilitas kredit bank.

Sehingga akibatnya banyak dari kalangan ekonomi lemah tidak dapat memanfaatkan fasilitas dari bank, baik faktor manajemen, permodalan, administrasi, pemasaran maupun jaminan. Posisi lain bank mengeluarkan biaya yang tinggi untuk membiayai pedagang kecil. Di samping itu para pedagang kecil sendiri enggan berurusan dengan prosedur bank yang dinilai rumit dan berbelit-belit. Kondisi semacam ini dimanfaatkan oleh para rentenir yaitu dengan prosedur yang sangat sederhana dan syarat yang mudah, para rentenir meminjamkan modal kerja pada para pedagang kecil.

Dalam kondisi terpaksa untuk memenuhi kebutuhan modal kerja demi kelangsungan usahanya, akhirnya pedagang kecil pun menerima meskipun harus membayar bunga yang sangat tinggi, yakni sekitar 25% sampai 35% bahkan ada yang mencapai 50% per tahun.²

Begitulah keadaan yang dialami oleh kalangan ekonomi lemah pada umumnya di Indonesia termasuk kota Purworejo. Sebagai contoh di pasar Baledono, pasar Kaliboto, pasar Maron 70% adalah pedagang ekonomi lemah, dan rata-rata mereka terjerat hutang rentenir sebagai akibat langsung dari kondisi tersebut adalah kalangan ekonomi lemah yang semakin sulit menjalankan dan mengembangkan usahanya.

Menyadari kesulitan yang dialami kalangan ekonomi lemah yang sebagian besar adalah umat Islam, maka para ekonomi dan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) berupaya memberdayakan

²Profil BMT An-Nawawi Purworejo

ekonomi umat dengan mendirikan Bank Muamalat Indonesia (BMI) dan Bank Perkreditan Rakyat Syar'ah (BPRS).

Namun demikian keberadaan BMI maupun BPRS tersebut, meskipun telah menggunakan sistem bagi hasil yang sesuai dengan syari'ah Islam, namun sebagai mana dalam pelaksanaannya belum mampu menjangkau kalangan ekonomi lemah dikarenakan biaya operasi yang terlalu tinggi.

Dari latar belakang di atas maka lahirlah Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) yaitu Baitul Maal wat Tamwil (BMT) sebagai bentuk alternatif yang dikhususkan untuk menjangkau ekonomi lemah, yang beroperasi dengan sistem bagi hasil sesuai dengan syar'ah Islam.

Melihat perkembangan yang cukup baik, pada tanggal 15 April 1995 didirikan koperasi pondok pesantren An-Nawawi Purwarejo dengan nama Raodlotul Thullab dan mendapat No. Badan Hukum 12500/BH/KW.II/VIII/1995 pada tanggal 15 Agustus 1995 yang akhirnya dengan berdirinya koperasi tersebut bisa menjembatani BMT yang keberadaannya di bawah Kopontren An-Nawawi. Seiring dengan adanya perubahan nama pondok pesantren dari Roudlotut Thullab menjadi "An-Nawawi", maka sebagai bagian yang tak terpisahkan koperasi mengajukan permohonan perubahan nama dan mendapat persetujuan pada tanggal 31 Desember 1996 serta badan ukum baru No.12500a/BH/PAD/KWK/XII/1996.11.

Salah satu usaha yang dikelolanya yaitu Baitul Maal wat Tamwil (BMT), yang merupakan lembaga keuangan berbentuk koperasi, dimana pengelolaan dana adalah dari anggota dan untuk anggota.

2. Visi dan Misi BMT An-Nawawi Purworejo

a. Visi

Terwujudnya BMT yang terdepan, tangguh dan profesional dalam membangun ekonomi umat.

- b. Misi
 - 1) Memberikan layanan yang Prima kepada seluruh anggota, mitra dan masyarakat luas
 - 2) Mendorong anggota, mitra dan masyarakat luas dalam kegiatan menyimpan dan investasi
 - 3) Menyediakan permodalan dan melakukan pendampingan usaha bagi anggota, mitra dan masyarakat luas
 - 4) Memperkuat permodalan sendiri dalam rangka memperluas jaringan serta menambah produk dan fasilitas jasa layanan.
3. Mitra kerja BMT An-Nawawi Purworejo

BMT An-Nawawi menjalin kerjasama dengan beberapa mitra yang mendukung dalam kemajuan dan perkembangannya antara lain:

 - a. Puskopontren Jawa Tengah.
 - b. Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Magelang.
 - c. Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Purworejo.
 - d. Bank Rakyat Indonesia Cabang Purworejo.
 - e. Microfin Cabang Jogjakarta.
 - f. ABSINDO (Asosiasi BMT Se Indonesia)
4. Tujuan BMT An-Nawawi Purworejo

Meningkatkan kesejahteraan anggota dan non anggota melalui kegiatan ekonomi syariah yang memegang teguh keadilan, keterbukaan dan kehati-hatian.
5. Kantor Cabang BMT An-Nawawi Purworejo
 - a. Kantor Pusat : Jl. KH. Zarkasyi Berjan Gintungan Gebang Purworejo 54191
Telp. (0275) 325099
 - b. Kantor Cabang Pituruh : komplek pasar Magulung Lor Pituruh Purworejo.
Telp. 081328541880
 - c. Kantor Cabang Bruno : komplek pasar Brunorejo, Bruno, Purworejo.
Telp : 085329890616

d. Kantor Cabang Bener : Jl. Magelang, Km. 11 Kaliurip Bener
Purworejo.

Telp : 0852286989

6. Susunan Organisasi BMT An-Nawawi Purworejo

Dewan Syariah : KH. Achmad Chawanii
KH. Abdul Hadi,S.Pd.I

Badan Pengawas : Sahlan S.Ag. M.S.I
M.Arwani S.Ag M. M.S.I
Mujasin S.H.I

Ketua : Achmad S.H.I

Sekretaris : Siti Anifatul Janah S.Sy

Bendahara : M Nurul Fahmi S.Sy

Pembagian tugas dan pekerja pada umumnya sangat diperlukan baik di perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Pembagian tugas ini diwujudkan dalam susunan organisasi. Susunan organisasi merupakan gambar skemastis tentang pembagian tugas dan pekerjaan dari masing-masing bagian untuk mewujudkan yaitu:

a. Ketua

Tugas:

- 1) Menyelenggarakan RAT.
- 2) Menyusun atau merumuskan kebijakan untuk mendapatkan.
- 3) Mengawasi dan mengevaluasi kegiatan BMT An-Nawawi.
- 4) Mensosialisasikan BMT An-Nawawi.
- 5) Menyelenggarakan rapat pengurus untuk:
 - a) Evaluasi bulanan dan pengembangan kinerja BMT An-Nawawi.
 - b) Menentukan dan membuat kebijakan strategi surat yang berhubungan dengan BMT An-Nawawi.
 - c) Menandatangani dokumen dan syarat yang berhubungan dengan BMT An-Nawawi.

Wewenang:

- 1) Mengangkat dan memperhatikan pengelola BMT An-Nawawi.
 - 2) Menyetujui dan menolak mengenai:
 - a) Pembiayaan yang nilainya diatas wewenang General Manajer
 - b) Kebijakan baru BMT An-Nawawi dengan pertimbangan dari sekretaris dan bendahara.
 - c) Kerja sama dengan pihak lain (investor asing) yang diusulkan General Manajer.
 - d) Anggaran yang diajukan General Manajer dengan pertimbangan dari bendahara pengurus .
 - 3) Mengesahkan keuangan bulanan yang diajukan General Manager meliputi:
 - a) Laporan Manajer Tamwil.
 - b) Laporan Manajer SBU lainnya (satuan bisnis usaha).
 - c) Laporan manajer dari Corpooered Head Office.
 - 4) Mendelegasikan tugas dan wewenang kepada yang ditunjuk jika berhalangan.
 - 5) Meminta pertanggungjawaban kepada General Manajer pada rapat anggota tahunan.
 - 6) Mencetuskan kantor Akuntan Publik yang ditegaskan untuk mengaudit laporan pengelola .
- b. Sekretaris Pengurus

Tugas:

- 1) Menyusun konsep-konsep surat keluar dari pengurus.
- 2) Menerima dan melayani tamu yang berhubungan dengan ketua pengurus BMT An-Nawawi.
- 3) Menyampaikan amanah ketua dalam pertemuan apabila ketua berhalangan hadir.
- 4) Meneyerap dan menyampaikan aspirasi yang diajukan oleh para pengelola kepada pengurus.
- 5) Menyusun Konsep Kebijakan pengurus atas BMT An-Nawawi:

- 6) Mengagendakan acara.
 - a) Memberi pertimbangan kepada ketua mengenai masalah legalitas hukum protokoler.
 - b) Meminta laporan bulanan kuartal semester dan tahunan yang belum diaudit.
 - c) Mencari masukan dan aspirasi dari para pengelola yang berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi pengelola.

c. Bendahara Pengurus

Tugas

- 1) Mereview anggaran yang diajukan oleh General Manajer yang nantinya akan dibahas dalam Rapat Anggota Tahunan.
- 2) Memberikan masukan atau saran atas anggaran yang diajukan General Manajer.
- 3) Menyusun anggaran gaji dan keperluan lain yang dibutuhkan oleh General Manajer Pengurus.
- 4) Memberikan konsep kebijakan bagi hasil yang diperoleh oleh pemegang saham.
- 5) Memberikan validasi pada berkas pembiayaan yang diajukan General Manajer.
- 6) Memeriksa laporan keuangan yang sudah diaudit.

Wewenang:

- 1) Memberikan pendapat kepada ketua mengenai aspek keuangan terhadap usulan pembukaan cabang kerjasama.
- 2) Mengambil keputusan keuangan apabila ketua berhalangan hadir.
- 3) Meminta General Manajer untuk mengoreksi anggaran yang diajukan.
- 4) Meminta General Manajer untuk menjelaskan dampak keuangan yang ada dari aktifitas yang diajukan pengelola.
- 5) Meminta akuntan publik untuk memberikan masukan aspek BMT An-Nawawi.
- 6) Memberi masukan mengenai kinerja dari pengelola.

d. Dewan Syari'ah

Tugas:

- 1) Mereview peraturan Corporate yang berlaku.
- 2) Mereview semua produk dan jasa BMT An-Nawawi.
- 3) Mereview masalah perilaku manajemen atau karyawan yang menyangkut kepentingan BMT An-Nawawi.
- 4) Menilai kebijakan akuntansi dan penerapannya.
- 5) Meneliti laporan keuangan.

Wewenang:

- 1) Memberikan solusi dan diajukan kepada pengurus sebagai saran dan masukkan kepada pengelola dan sasaran manajemen.
- 2) Merekomendasikan akuntan publik pada pengurus.
- 3) Merumuskan konsep Good Corporate Governance untuk BMT An-Nawawi.
- 4) Forness (keadilan).
- 5) Adanya jaminan jalinan perlindungan hak dan para pemegang saham termasuk minoritas pemegang saham asing dan juga menjamin terlaksananya komitmen dengan para investor.
- 6) Terlindunginya kepentingan pemegang saham dari praktek rekayasa dan transaksi yang bertentangan dengan ketentuan yang berlaku.

e. General Manajer

Tugas:

- 1) Menyusun rencana strategis yang mencakup pandangan pihak ringkasan keuangan.
- 2) Mengusulkan rencana strategi kepada pengurus untuk disahkan dalam rapat tahunan anggota ataupun di luar RAT.
- 3) Mengusulkan rancangan anggaran dan rencana kerja dari Baitul Tamwil, Baitul Maal kepada pengurus nantinya disahkan pada Rapat Anggota Tahunan.

- 4) Memimpin rapat koordinasi dan evaluasi bulanan yang diadakan pada pekan pertama.
- 5) Mengajukan perubahan daftar skala gaji pokok insentif dan bonus kepada pengurus minimal 1 tahun sekali.
- 6) Menandatangani perjanjian kerjasama antara BMT An-Nawawi dengan pihak lain.

Wewenang:

- 1) Mendelegasikan kepada Manajer Operasional yang ditunjuk untuk menandatangani dokumen-dokumen.
- 2) Mengusulkan tentang pengangkatan mutasi, demosi dan memberhentikan karyawan BMT An-Nawawi kepada pengurus dengan masukan dari Manajemen Operasional.
- 3) Menghadiri pertemuan yang dihadiri Manajer Maal, Manajer Operasional.
- 4) Menyetujui pembiayaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 5) Atas persetujuan pengurus menandatangani cek, nota, kesepakatan (MOU) perjanjian kerjasama dan dokumen lainnya serta menyetujui pengeluaran biaya-biaya tak terduga dari anggaran yang sudah diputuskan.

f. Sekretaris

Tugas:

- 1) Membuat surat keluar kepada instansi di luar BMT An-Nawawi.
- 2) Membuat surat keluar untuk intera yang berkaitan dengan kepentingan BMT An-Nawawi.
- 3) Mengarsip surat masuk.
- 4) Mengagendakan aktifitas.
- 5) Notulebnsi dari tahap rapat, meeting, pertemuan dan mengarsip dokumen hasilnya.
- 6) Menjamin pelayanan dan kelancaran operasional kendaraan ataupun kebutuhan lainnya untuk kunjungan pimpinan dan perusahaan.

- 7) Menyiapkan sarana dan prasarana yang ditugaskan untuk General Manajer setiap hari.

g. Internal Audit

Tugas:

- 1) Memeriksa sistem pengendalian intern.
- 2) Memeriksa kelemahan system.
- 3) Melakukan penilaian kesehatan cabang.
- 4) Melakukan penilaian dan peninjauan atas klasifikasi cabang.

Wewenang:

- 1) Mengadakan pemeriksaan secara terjadwal ataupun secara mendadak.
- 2) Menyusun laporan kepada manajemen internal audit tentang temuan-temuan uji kepatutan kesesuaian yang dijumpai dilapangan pada setiap cabang.
- 3) Mengusulkan penyempurnaan SOP dan SPI kepada internal audit.

h. Baitul Maal Wat Tamwil

Tugas:

- 1) Membuat dan mengusulkan rencana strategis maal kepada General Manajer.
- 2) Membuat rencana operasional dalam setahun mencakup anggaran rencana kerja nantinya diusulkan kepada General Manajer.
- 3) Mempimpin rapat koordinasi dan evaluasi bulanan.
- 4) Memberi pelayanan konsultasi tentang perhitungan zakat.
- 5) Menyusun database muzaki, mustahiq dan lembaga donator.

Wewenang:

- 1) Mengusulkan alternatif pengembangan maal kepada General Manajer.
- 2) Menghimpun ZIS dari daya dan nasabah BMT An-Nawawi.
- 3) Melaksanakan kerjasama secara lisan atau tertulis kepada pihak lain yang potensial.

i. Teller

Tugas:

- 1) Memberikan pelayanan kepada anggota baik penarikan maupun penyetoran.
- 2) Menghitung keadaan keuangan transaksi setiap hari.
- 3) Mengatur dan menyiapkan pengeluaran uang tunai yang telah disetujui oleh Manajer Cabang.
- 4) Menandatangani formulir serta slip dari anggota serta dokumen aslinya.
- 5) Melaporkan hasil transaksi dalam sehari ke pusat.
- 6) Menyimpan saldo minimum sesuai ketentuan Manajer Lapangan

B. Produk BMT An-Nawawi Purworejo

Adapun produk-produk yang ada dalam BMT An-Nawawi Purworejo.

1. Produk penghimpunan dana (*funding*)

yaitu yang berkaitan dengan simpanan dan tabungan yang dikeluarkan oleh pihak BMT An-Nawawi Purworejo yaitu:³

a. Simpanan Insani

Simpanan atau tabungan yang bisa sewaktu-waktu diambil dan ditambah oleh penabung. Dengan sistem bagi hasil tanpa potongan sedikitpun. Untuk membuka tabungan ini nasabah mengisi formulir pendaftaran kemudian menyertakan uang minimal Rp. 20.000 sebagai setoran awal. Untuk setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000

b. Simpanan Zamani

Simpanan berjangka yang hanya bisa diambil disaat sudah jatuh tempo saja. Seperti halnya deposito lainnya, simpanan zamani memberikan bagi hasil yang lebih besar dari pada simpanan insani. Untuk membuka simpanan zamani nasabah melakukan pendaftaran menjadi nasabah kemudian menyetorkan uang minimal Rp.1.000.000. nasabah dapat memilih jangka waktu penyimpanan yaitu 3, 6 atau 12

³ Brosur BMT An-Nawawi Purworejo

bulan. Dengan membuka simpanan zamani nasabah dapat menggunakannya untuk

c. Simpanan Qurban.

Ketentuan Diperuntukan khusus yang punya niat untuk Berqurban, Menyerahkan foto copy identitas diri (pengurus) dan mengisi permohonan menjadi anggota /aplikasi pembukaan rekening Setoran awal minimal Rp.20.000 dan setoran selanjutnya Rp.10.000. Diambil pada saat berqurban (bisa berwujud hewan qurban) dan Buku hilang rusak dikenakan penggantian Rp.5000

d. Simpanan Haji dan Umroh.

Ketentuan Diperuntukan khusus bagi nasabah yang berniat melaksanakan Haji dan Umroh sesuai dengankemampuan dan jangka waktu yang direncanakan, Menyerahkan foto copy identitas diri (pengurus) dan mengisi permohonan menjadi anggota /aplikasi pembukaan rekening, Setoran awal minimal Rp.500.000 dan setoran selanjutnya Rp.100.000, Dapat diambil saat pelunasan Haji atau pergi Haji dan Umroh, apabila Buku hilang rusak dikenakan penggantian Rp.5000.

e. Simpanan pelajar

Simpanan Pelajar Seperti halnya simpanan insani, simpanan ini diperuntukan untuk kalangan pelajar. Dengan setoran awal minimal Rp. 10.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000 siswa sudah bisa membuka tabungan di BMT An-nawawi.

2. Produk Pembiayaan (*lending*)

Dalam menguraikan dana nasabah secara garis besar produk pengembangan syari'ah terbagi ke dalam dua kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaan yaitu:.

a. Pembiayaan *Musyarakah*

Transaksi musyarakah silandasi adanya keinginan para pihak yang ekerja untuk meningkatkan nilai asset yang mereka miliki bersama-sama bentuk usaha yang melibatkan dua belah pihak atau

lebih dimana mereka secara bersama-sama memadamkan seluruh bentuk sumber daya baik, yang berwujud maupun tidak.

b. *Pembiayaan Murabahah*

Secara sederhana mudharabah berarti suatu penjualan barang seharga barang tersebut ditambah keuntungan yang disepakati kedua pihak, harus menyepakati harga jual dan waktu pembayaran.

c. *Pembiayaan Ijarah*

Transaksi Ijarah dilandasi adanya perpindahan manfaat jadi pada dasarnya prinsip ijarah sama dengan prinsip jual beli, namun perbedaannya terletak pada obyek transaksinya.

d. *Pembiayaan Al-Qardhul Hasan*

Pinjaman uang tanpa pemberian jasa atau mark-up saat pengambilannya.

e. *Pembiayaan Mudharabah*

Adalah Pembiayaan yang dilakukan melalui kerja sama antara dua pihak atau lebih, dimana pemilik modal (*shakhibul mall*) mempercayakan sejumlah modal atau *mudharib* dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerjasama dalam panduan kondistribusi 100% modal dari *shakhibul mall* kebalikan dari *mudharib*.

Produk pembiayaan *mudharabah* ini adalah pembiayaan yang sering digunakan oleh nasabah dibanding dengan produk pembiayaan lainnya, karena pada dasarnya masyarakat di daerah Purworejo yang terlalu awam mengenal tentang produk-produk pembiayaan yang ada di BMT An-Nawawi mereka hanya saja mengambil hal simplenya dari pengajuan pembiayaan yang tidak mau diambil pusing. Jumlah pembiayaan *mudharabah* ini merupakan bagian terbanyak dari seluruh jumlah pembiayaan yang terlayani oleh BMT An-Nawawi. Karena penguasaan produk ini mayoritas adalah pedagang pasar, yang mana

pedagang pasar adalah merupakan anggota terbesar dari BMT An-Nawawi Purworejo.⁴

3. Syarat Pengajuan Pembiayaan.

a. Prosedur pengajuan pembiayaan *mudharabah* serikut persyaratannya:

- 1) Mengisi formulir permohonan pembiayaan.
- 2) Menyerahkan foto copy KTP suami istri (untuk yang berkeluarga) sebanyak 2 lembar.
- 3) Menyerahkan foto copy kartu keluarga (KK) sebanyak 1 lembar.
- 4) Menyerahkan foto copy surat nikah sebanyak 1 lembar.
- 5) Menyerahkan foto copy jaminan berupa:
 - a) BPKB kendaraan (motor atau mobil) sebanyak 1 lembar.
 - b) Sertifikat tanah sebanyak 1 lembar.
- 6) Bersedia dikunjungi atau disurvei rumah atau tempat usahanya.
- 7) Bersedia memberikan keterangan dengan benar mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan materi survey dan wawancara.
- 8) Memiliki usaha yang halal dan tidak melanggar hukum, serta berlokasi diwilayah Purworejo.
- 9) Bersedia mentaati dan menerima segala aturan dan keputusan dari BMT An-nawawi Purworejo.
- 10) Bersedia dengan sungguh-sungguh untuk bekerjasama dengan prinsip ukhuwah islamiyah dan saling menguntungkan demi pemberdayaan ekonomi umat.
- 11) Membayar simpanan pokok sebesar Rp. 100.000 (untuk nasabah baru).

b. Plafon Pembiayaan

Plafon Pembiayaan di BMT AN-NAWAWI Purworejo adalah 30-40% dari jaminan, missal taksiran harga jaminan sebesar Rp. 10.000.000 (sepuluh juta rupiah) maka plafond pembiayaannya sebesar

⁴ Wawancara dengan Bapak Muhaimin Marketing BMT An-Nawawi Purworejo Pada Tanggal 10, Maret 2016

Rp.3.000.000 (tiga juta rupiah) sampai Rp.4.000.000 (empat juta rupiah).

c. Jangka Waktu Pembiayaan

Jangka waktu pembiayaan di BMT AN-NAWAWI Purworejo 5 bulan sampai 24 bulan. Jika terjadi permasalahan dalam angsuran pembiayaan maka jangka waktu pembiayaan bisa diperpanjang.

d. *Nisbah* Bagi Hasil

Besarnya nilai margin atau keuntungan dalam pembiayaan mudharabah di BMT An-nawawi Purworejo ditentukan langsung diawal akad oleh pihak BMT, yaitu : 60% untuk Pihak BMT dan 40% untuk Nasabah. Nisbah bagi hasil ini ditentukan berdasarkan perkiraan rata-rata keuntungan usaha perbulanya.

e. Jaminan

Dalam pembiayaan mudharabah di BMT An-nawawi Purworejo diharuskan adanya jaminan sebagai antisipasi apabila modal yang diberikan kepada nasabah (mudharib) tidak kembali. Jika harga penjualan atas barang jaminan lebih besar dari total pembiayaan maka pihak BMT wajib mengembalikan kelebihanya, dan jika harga penjualan barang jaminan lebih kecil dari total pembiayaan maka nasabah wajib melunasi kekurangan tersebut.

f. Pencairan pembiayaan

Pencairan pembiayaan adalah proses serah terima uang akibat dari disepakati dan ditandatanganinya akad pembiayaan.

- 1) Pencairan pembiayaan dilakukan oleh administrasi pembiayaan dibuktikan dengan kwitansi.
- 2) Pencairan pembiayaan bisa dilakukan apabila proses pengikatan baik akad pembiayaan, pengikatan jaminan maupun biaya biaya yang disepakati sudah selesai dilaksanakan.

Dalam pelaksanaan pembiayaan mudhrabah ini tidak lepas dari kepercayaan antara nasabah dengan bank yang sangat tinggi tetapi untuk mengantisipasi kepercayaan yang diberikan kepada nasabah, maka pihak

bank membutuhkan agunan, sebagai salah satu syarat dalam pengajuan pembiayaan mudharabah. Bentuk jaminan tersebut adalah:

- a. BPKB
- b. Sertifikat
- c. Benda bergerak
- d. Barang elektronik.

Dalam pelaksanaannya terjadi pembiayaan mudharabah macet disebabkan karena :

- a. Usaha yang dibiayai macet
- b. Penyalahgunaan akad
- c. Dilarikan, tidak niat mengangsur
- d. Konflik diantara keluarga peminjam

Dalam hal ini BMT An-nawawi Purworejo melakukan penanganan dengan cara :

- a. Melalui pendekatan secara kekeluargaan
- b. Melakukan akad ulang
- c. Eksekusi jaminan
- d. Pengalihan akad
- e. Memberi solusi untuk mengembalikan

Dalam pembiayaan pihak BMT lebih memprioritaskan pembiayaan yang berjangka waktu maksimal 2 tahun dan digunakan untuk modal usaha. Untuk memberikan pembiayaan, BMT kopontren an-nawawi Purworejo terlebih dahulu melakukan penilaian apakah pembiayaan yang diajukan cukup layak atau tidak untuk dibiayai.⁵

⁵ Wawancara dengan Manager Ibu Titi Ariyani pada Tanggal 10, Maret 2016

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Pembiayaan *Mudharabah* di BMT An-Nawawi Purworejo

Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT An-Nawawi Purworejo dalam memasarkan produk pembiayaan *mudharabah* adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk, harga, distribusi, promosi. Strategi itu digunakan oleh BMT An-Nawawi Purworejo agar pembiayaan lebih banyak diminati oleh nasabah.

Berikut strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 4P (*product, price, placement, promotion*) yang dilakukan oleh BMT An-Nawawi Purworejo dalam memasarkan pembiayaan *mudharabah*:

1. Produk (*product*)

Pembiayaan *mudharabah* adalah pembiayaan yang memakai akad kerjasama usaha dimana sumber modal 100% dari *shahibul maal* (pemilik dana) yaitu BMT An-Nawawi. Sedangkan nasabah berfungsi sebagai *mudharib* (pengelola dana). Pembagian bagi hasil usaha berdasarkan keuntungan yang didapat nasabah tiap bulan antara 60% buat nasabah dan 40% buat BMT selain itu juga biasanya menggunakan nawar menawar antara BMT dan Nasabah. Nasabah sebagai pengelola usaha harus berkontribusi dalam bentuk keahlian, skill, keterampilan dan manajemen. Keuntungan dari hasil usaha dibagi berdasarkan nisbah yang disepakati pada awal akad, dan BMT akan menerima bagi hasil pada setiap periode yang telah disepakati. Jika terjadi kerugian ditanggung *shahibul maal*.

Pembiayaan *mudharabah* adalah salah satu pembiayaan yang cocok untuk usaha seperti pedagang, petani, dan pengusaha-pengusaha kecil mikro lain sebagainya.

2. Harga (*Price*)

Setiap lembaga keuangan selalu mencari keuntungan dari hasil usahanya sebagai media intermediasi. Keuntungan bagi hasil dari

pembiayaan *mudharabah* itu akan dikelola untuk pembiayaan lagi dengan harapan bisa meningkatkan pendapatan BMT An-Nawawi.

Administrasi pembiayaan *mudharabah* di BMT An-Nawawi Purworejo, hanya mengganti biaya yang sudah dikeluarkan BMT dalam kelengkapan administrasi seperti materai dan ongkos survei. Untuk ongkos survei dari BMT memberikan setandart harga 15.000 per jarak 10 km, saat marketing melakukan survei, Kebijakan bagi hasil pembiayaan *mudharabah* di BMT An-Nawawi tergantung pada untung nasabah dan tawar menawar.

3. Distribusi (*placement*)

Tempat dimana pihak BMT An-Nawawi mendistribusikan transaksi pembiayaan *mudharabah* yang dilakukan oleh BMT kepada nasabah yaitu Kantor Pusat Jl. KH. Zarkasyi Berjan Gintungan Gebang Purworejo 54191 Telp. (0275) 325099, selain itu juga mendatangi pengusaha-pengusaha mikro kecil yang ada di sekitar daerah Purworejo.

BMT An-Nawawi berusaha untuk memberikan pelayanan prima kepada nasabah BMT dengan cara jemput bola dan antar bola ke tempat anggota tinggal dalam arti BMT mengambil secara langsung angsuran bulanan atau mingguan kepada nasabah. Dengan demikian maka diharapkan anggota akan merasa puas dengan pelayanan BMT, karena anggota tidak perlu lagi memikirkan bagaimana cara mengangsur bulanan tanpa harus datang ke BMT An-Nawawi Purworejo.

Dengan cara ini pihak BMT juga mendapatkan keuntungan dengan adanya kontak langsung pihak BMT dengan nasabah dan menjadi lebih akrab. Dengan keakraban tersebut tentu saja BMT An-Nawawi dapat mengetahui gaya hidup, karakter, pekerjaan dan lain-lain dari anggota. Dengan mengetahui informasi tersebut BMT An-Nawawi akan dapat mengetahui lebih lanjut tentang kebutuhan-kebutuhan lain pada semua

nasabah, sehingga pihak BMT bisa menawarkan produk-produk yang cocok untuk di kemudian hari.¹

4. Promosi (*Promotion*)

Aspek ini berhubungan dengan sebagaimana cara mempromosikan produk pembiayaan *mudharabah* yang ada di BMT An-Nawawi agar banyak masyarakat yang tahu tentang produk pembiayaan *mudharabah* yang ditawarkannya. Oleh karena itu, promosi merupakan cara yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Ada beberapa cara dalam promosi ini, antara lain periklanan radio, penyebaran brosur, *door to door* datang langsung ke tempat usaha pembiayaan *mudharabah* yang akan ditawarkan. Hal ini dilakukan agar masyarakat lebih mengenal dan tahu sehingga berminat untuk menggunakan produk pembiayaan *mudharabah* yang ada di BMT An-Nawawi yang sesuai dengan kebutuhan anggotanya, promosi juga bisa dilakukan dengan cara:

1) *Door to door* (Pintu-kepintu)

Dengan cara seorang marketing datang langsung ke lokasi seperti di pasar-pasar, kawasan pertokoan maupun rumah-rumah petani di daerah Purworejo dimana produk pembiayaan *mudharabah* itu akan ditawarkan. Strategi yang dilakukan dari mulut ke mulut saat ini cukup efektif, namun tidak dapat diukur dan diprediksi berapa banyak yang menjadi anggota/nasabah dari hasil promosi ini.

2) Melalui Pengajian

Melalui Pengajian atau Mujahadahan yang diadakan langsung oleh Bapak KH. Ahmad Chawani selaku pemilik BMT An-Nawawi dan pengasuh Pondok An-Nawawi Purworejo Berjan, yang bertempat di pondok An-Nawawi yang diadakan setiap malam Jum'at kliwon, dan hari-hari biasa, yang dihadiri ratusan bahkan kadang ribuan jamaahnya. Strategi ini yang dilakukan marketing BMT dalam pemasaran produk pembiayaan *mudharabah*.

¹ Wawancara dengan Ibu Titi Ariyani, Manajer BMT An-Nawawi Purworejo, 9 April 2016

3) Penyebaran Brosur

Sampai saat ini brosur hanya disebar di titik-titik area Purworejo dan sekitarnya. Waktu penyebaran brosur bisa kapan saja sesuai jam kerja dan disebar kepada warga yang memiliki usaha, seperti warteg, warung kelontongan, pedagang buah, pedagang pakan burung, pedagang keliling, sayur-sayuran dan lain-lain. Alasan belum disebar ke luar Purworejo karena masih banyak pertimbangan, seperti terbatasnya tenaga marketing yang saat ini hanya beberapa orang dan masih kurangnya sumber daya manusia. Walaupun ada nasabah yang menjadi anggota dari luar Purworejo, maka hal itu karena mereka pernah melewati jalur utama Purworejo atau berasal dari jamaahnya Bapak KH. Ahmad Chawani atau mereka mengetahui dari teman dan radio. Strategi penyebaran brosur ini sangat efektif, dan hal itu dapat dilihat dari peningkatan jumlah anggota yang bertambah setiap tahunnya.

4) Spanduk

Media promosi ini biasanya dipasang di depan kantor BMT An-Nawawi sebagai informasi sederhana dan petunjuk keberadaan BMT An-Nawawi.

5) Radio

Media promosi ini juga digunakan dalam mempromosikan pembiayaan *mudharabah* di BMT An-Nawawi yang biasanya dipromosikan melalui radio Sautuna FM milik pesantren An-Nawawi.²

B. Kendala yang dihadapi BMT An-Nawawi dalam Proses Pemasaran Pembiayaan *Mudharabah*

Adapun kendala yang dihadapi BMT An-Nawawi dalam proses pemasaran pembiayaan *mudharabah* sebagai berikut:

² Wawancara Dengan Bapak Muhaimin, Marketing BMT An-Nawawi Purworejo, pada Tanggal 9 April 2016

1. Produk

- a. Banyaknya lembaga keuangan yang ada didaerah Purworejo yang menjadi pesaing dalam produk pembiayaan *mudharabah*.
- b. Rendahnya pengetahuan masyarakat tentang produk pembiayaan *mudharabah*, jadi pihak BMT An-Nawawi Purworejo harus memberikan pengertian yang baik tentang produk *mudharabah*.
- c. Adanya pinjaman-pinjaman yang tidak lancar yang membuat pendapatan atau berkurangnya sumber modal pada BMT An-Nawawi Purworejo sehingga tidak sesuai dengan target yang direncanakan, dan hal ini akan menghambat dalam melakukan pembiayaan *mudharabah*.

2. Harga

- a. Banyaknya lembaga keuangan seperti, BRI, dan BPR yang ada disekitar Purworejo yang telah lama dikenal oleh masyarakat Purworejo pada umumnya keuangan tersebut menawarkan pinjaman dengan tingkat suku bunga atau bagi hasil yang bersaing.
- b. Rendahnya tingkat perhatian masyarakat terhadap keberadaan BMT An-Nawawi serta pengetahuan masyarakat yang kurang dan bahkan terkadang mereka memandang sebelah mata terhadap BMT. Mereka misalnya beranggapan bahwa BMT An-Nawawi maupun lembaga keuangan syari'ah tidak konsisten menerapkan prinsip syari'ah sehingga mereka memiliki persepsi bahwa BMT tidak lebih dari lembaga keuangan konvensional dengan sistem bunga yang berbaju syariah.

3. Distribusi (*placement*)

- a. Adanya tempat atau rumah nasabah yang sulit ditempuh, karena sulitnya medan jalan yang ada didaerah Purworejo.

4. Promosi (*Promotion*)

- a. Tidak semua nasabah yang didatangi pihak BMT An-Nawawi Purworejo yang bersedia untuk mengajukan pembiayaan

mudharabah karena mereka telah melakukan pinjaman pada lembaga lain.

- b. Randahnya pengetahuan kesyariahan yang masih menjadi kendala bagi pengelola BMT An-Nawawi Purworejo. Umumnya ada beberapa pegawai yang tidak mempunyai latar belakang dan pengetahuan yang cukup tentang ekonomi syariah, sehingga sulit mengembangkan produk *mudharabah*³

C. Analisis

Salah satu unsur dalam strategi pemasaran adalah bauran pemasaran. Istilah bauran pemasaran mengacu pada paduan strategi produk, distribusi, promosi, dan penentuan harga yang bersifat unik yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling merumuskan dengan pasar yang dituju. Distribusi kadangkala dihubungkan dengan tempat, sehingga memberikan kita 4P dalam bauran pemasaran yaitu: produk (*product*), penempatan distribusi (*placement*), promosi (*promotion*), dan harga (*price*) seperti:

1. Produk pembiayaan *mudharabah* adalah pembiayaan yang memakai akad kerjasama usaha dimana sumber modal 100% dari *shahibul maal* atau pemilik dana dan pengelola usaha. Pembagian hasil usaha berdasarkan nisbah yang disepakati oleh BMT dan nasabah biasanya dilakukan dengan tawar menawar.
2. Harga dalam pembiayaan *mudharabah* hanya membayar biaya materai, ongkos survei dan bagi hasil sesuai kesepakatan di awal.
3. Tempat (*saluran distribusi*) yang dilakukan di tempat kantor BMT An-Nawawi Purworejo dan pendistribusian pembiayaan juga menggunakan sistem jemput bola.
4. Promosi aspek ini berhubungan dengan sebagaimana cara mempromosikan produk pembiayaan *mudharabah* yang ada di BMT An-Nawawi agar banyak masyarakat yang tahu tentang produk pembiayaan *mudharabah*

³ Wawancara Dengan Bapak arif Wicaksono, Marketing BMT An-Nawawi Purworejo Pada Tanggal 16 April 2016

yang ditawarkannya. Oleh karena itu, promosi merupakan cara yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Ada beberapa cara dalam promosi ini, antara lain: *door to door*, pengajian, penyebaran brosur, spanduk, dan radio.

Promosi yang dilakukan oleh BMT An-Nawawi Purworejo belum sampai pada metode periklanan, televisi, internet, dan majalah. Jadi dapat disimpulkan bahwa kegiatan BMT An-Nawawi dalam strategi pemasaran yang paling banyak digunakan adalah dimulai dari tahap promosi yaitu penyebaran brosur, strategi ini yang paling banyak dilakukan dalam memasarkan produk pembiayaan *mudharabah* BMT An-Nawawi. Karena sangat mudah dipasarkan dan sangat efektif, didalam brosur dimuat berbagai informasi dan ilustrasi. Angsuran pembiayaan, sehingga sangat menarik baik anggota lama atau calon anggota, jelas tertulis peminjaman dari Rp. 500.000 s.d Rp. 50.000.000, biaya angsuran dan jangka waktu angsuran pilihan sudah tertera. Singkatnya, informasi yang terdapat di dalam brosur sudah sangat jelas, bukan informasi umum yang kurang jelas dan membingungkan para pengusaha.

Tahap selanjutnya produk yang dipilih oleh nasabah dan paling banyak diminati yaitu produk *mudharabah* dengan alasan resiko rendah, perputaran cepat dan mudah. Tahap terakhir strategi harga yaitu dengan memasang tingkat keuntungan yang didapat (margin) 60% buat BMT dan 40% nasabah dan disesuaikan dengan pasaran BMT pada umumnya, di sini bisa tawar menawar berupa kesepakatan dan nisbah khusus bagi nasabah lama, dan pilihan angsuran boleh mingguan, bulanan dan juga bisa tempo.

Apa yang terjadi di BMT An-Nawawi dari segi pemasarannya telah memenuhi *marketing mix* sebagai yang sudah terlihat di poin-poin diatas. Seperti contoh dalam harga, promosi, dan produk, menempatkan pemasaran pembiayaan *mudharabah* kelebihan BMT An-Nawawi ini adalah dengan pendistribusiaanya dengan menggunakan sistem jemput bola yaitu dalam arti pihak BMT secara langsung mendatangi kerumah/ketempat nasabah untuk mengambil angsuran pembiayaan.

Kendala yang dihadapi BMT An-Nawawi dalam proses pemasaran pembiayaan *mudharabah* antara lain, tidak semua nasabah yang didatangi pihak BMT An-Nawawi bersedia menjadi anggota, banyaknya lembaga keuangan syari'ah yang menjadi pesaing, rendahnya tingkat perhatian masyarakat terhadap keberadaan BMT An-Nawawi, rendahnya pengetahuan tentang kesyariahan, serta adanya pinjaman-pinjaman yang kurang lancar.

Dalam hal ini BMT An-Nawawi perlu kerja keras untuk memberi pemahaman kepada anggota karena pada dasarnya pembiayaan *mudharabah* banyak digunakan anggota untuk mengembangkan usahanya. Jadi ini merupakan kesempatan bagi BMT An-Nawawi untuk menguasai pasar dengan pembiayaan *mudharabah*. Dan pemberian solusi itu berdampak kepada perbaikan BMT dari segi jumlah nasabah, pelayanan dan omset yang didapat BMT.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pembiayaan *mudharabah* di BMT An-Nawawi Purworejo, penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran BMT An-Nawawi dalam memasarkan pembiayaan *mudharabah* menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi 4P, yaitu: (a) Produk (*Product*). Produk pembiayaan *mudharabah* memakai akad kerjasama dimana modal 100% dari *shahibul maal*; (b) Harga (*Price*). Administrasi pembiayaan *mudharabah* di BMT An-Nawawi cukup murah untuk mengganti biaya kelengkapan administrasi seperti materai dan ongkos survey, (c) Penempatan distribusi (*placement*), bisa dilakukan di kantor BMT An-Nawawi Purworejo atau pihak BMT mendatangi rumah nasabah dengan sistem jemput bola; (d) Promosi (*Promotion*). Promosi yang dilakukan BMT An-Nawawi antara lain, periklanan radio, brosur, *door to door*, mulut ke mulut, melalui pengajian, spanduk dan penjualan pribadi.
2. Kendala yang dihadapi BMT An-Nawawi dalam proses pemasaran pembiayaan *mudharabah* antara lain: (a) produk. Banyaknya lembaga keuangan yang ada di daerah Purworejo yang menjadi pesaing dalam produk pembiayaan *mudharabah*, Rendahnya pengetahuan masyarakat tentang produk pembiayaan *mudharabah*, jadi pihak BMT An-Nawawi Purworejo harus memberikan pengertian yang baik tentang produk *mudharabah*, Adanya pinjaman-pinjaman yang tidak lancar yang menghambat pembiayaan *mudharabah* lainnya; (b) Harga. Banyaknya lembaga keuangan seperti, BRI, dan BPR yang ada di sekitar Purworejo yang telah lama dikenal oleh masyarakat Purworejo pada umumnya keuangan tersebut menawarkan pinjaman dengan tingkat suku bunga atau bagi hasil yang bersaing; (c) Distribusi. Adanya tempat atau rumah

nasabah yang sulit ditempuh, karena sulitnya medan jalan yang ada di daerah Purworejo; (d) Promosi. Tidak semua nasabah yang didatangi pihak BMT An-Nawawi bersedia menjadi anggota.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis sampaikan di atas maka penulis memberikan saran yang bertujuan untuk meningkatkan perkembangan BMT An-Nawawi Purworejo dalam segi pemasaran.

1. Pada strategi promosi jika BMT ingin mengembangkan dan meningkatkan anggota dan pembiayaan maka BMT harus berani dalam penyebaran brosur yang dilakukan diluar Purworejo, agar dapat menarik lebih banyak lagi anggota. Dan juga menggunakan media sosial seperti, Website sebagai media komunikasi dan informasi harus cepat dan mengetahui akan adanya BMT An-Nawawi Purworejo sebagai informasi kepada anggota. Selain itu fans page, facebook sebagai salah satu sarana media komunikasi paling efektif saat ini sebagai media sosial harus juga dibuat, agar tidak tertinggal oleh BMT yang lain
2. Harusnya karyawan BMT lebih spesifik mengetahui tentang perbankan syariah dan juga mengetahui lebih detail tentang produk-produk yang ada di BMT An-Nawawi minimal lulusan dari perbankan syariah.
3. Senantiasa meningkatkan mutu SDM dengan mengikut sertakan pada seminar-seminar dan pelatihan-pelatihan tentang ke BMT an dan ekonomi syariah.

C. Penutup

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang maha pengasih dan maha mengetahui, dengan rahmat dan hidayah, dan ridha-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dalam mengakhiri masa study di Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dengan lancar, semoga dapat memberikan Kontribusi positif bagi kita semua, Amin.

Penulis sepenuhnya menyadari akan keterbatasan dan kemampuan. penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini, Penulis juga menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sehingga saran dan kritik yang membangun senantiasa penulis harapkan. Akhirnya penulis menyampaikan Terima Kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Tugas Akhir ini dan Semoga mendapatkan Imbalan yang setimpal dari Allah SWT, Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat, Amin Ya Robbal Alamin.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Muhammad Taufiq, *Dinamika Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*, Jakarta: Reneka Cipta, 1992
- Gitosudarmo, Indriyo, *Manajemen Pemasaran*, Edisi kedua, Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2014
- , *Manajemen Strategis*, Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2001
- Hadi, Sutrisno, *Metodologi Research*, Jilid 1, Edisi I, Cetakan Ke-30, Yogyakarta: Andi
- , *Metodologi Research*, Yogyakarta: Fak. Psikologi UGM
- Hasan Ridwan, Ahmad, *BMT Bank Islam*, Bandung: Pusaka Bany Quraisy, 2004
- Karim, Adiwarmanto, *Bank Islam (Analisis Fiqih dan Keuangan)*, Jakarta : IIT Indonesia, 2003
- Kartono, Kartini, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: CV. Mandar Maju, 1996
- Lamb, W Charles, et al., *Pemasaran Buku 1*, terj. David Oktarevia, Jakarta: Salemba Empat, Edisi I, 2001
- McDaniel, Carl, dan Gates Roger, *Riset Pemasaran Kontemporer*, terj. Sumito Rambat Lupiyoadi , Jakarta: Salemba Empat, 2001
- Muchdarsyah, Sinungan, *Manajemen Dana Bank*, Cet.1. Jakarta: Bumi Aksara, 1992
- Muhammad, *Sistem dan Prosedur Bank Syariah*, Yogyakarta: Tim UII Press, 2000
- Sjahdeini, Sultan Remi, *Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti
- Silalahi, Ulber, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: Unpar Press, 2006
- Sula, Muhammad syakir *Asuransi Syariah (Iife and General): Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta : Gema Insani, 2004

Thamrin, Abdullah dan Tantri, Francis, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT RajaGrafindo Pesada, 2013

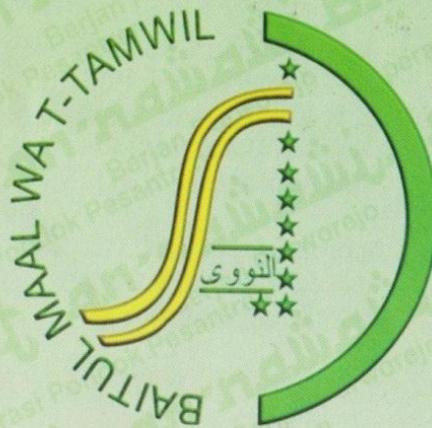
Hasil Wawancara

Wawancara Dengan Titi Ariyani, Manager BMT An-Nawawi Purworejo Pada Tanggal 9 April 2016

Wawancara Dengan Muhaimin, Marketing BMT An-Nawawi Purworejo Pada Tanggal 9 April 2016

Wawancara Dengan Arief Wicaksono, Marketing BMT An-Nawawi Purworejo Pada Tanggal 16 April 2016

http://kredit-syariah.com/fatwa-dewan-syariah-nasional-nomor-07dsn-muiiv2000-pembiayaan-mudharabah-qiradh/?_e_pi_=7%2CPAGE_ID10%2C5450772601 diakses Pukul,18.30 WIB, tgl 12 april 2016



Koperasi Pondok Pesantren

بیت المال

Berjan Purworejo

"Memberdayakan Ekonomi Umat"

No. Badan Hukum :
12500/a/BH/KWK.11/XII/1996

Visi & Misi:

Terwujudnya perekonomian rakyat yang kuat sehingga mendorong terciptanya pemerataan dan kesejahteraan bagi sesama.

Kantor Cabang Bruno :

Brunorejo Bruno Purworejo
Phone : 0813 2854 1880

Kantor Cabang Pituruh :

Megulung Lor Pituruh Purworejo
Phone : 0853 2989 0616

Kantor Cabang Bener :

Jl. Magelang Km.11 Kaliurip Bener Purworejo
Phone : 0852 2862 9899

Kantor Pusat :

Jl. KH. Zarkasyi Km. 2 Berjan Gebang Purworejo
Telp. : (0275) 325 099, Email : annawawi.bmt@gmail.com

STRUKTUR PENGURUS

- Dewan Syariah : - K.H. Achmad Chalwani
- K.H. Abdul Hadi, S.Pd.I
- Badan Pengawas : - K.R. Muhammad Maulana Alwi
- Sahlan, S.Ag., M.S.I
- Arifuat Marzuki, S.H.I
- Ketua : Achmad, S.H.I, M.S.I
Sekertaris : Anirotul Bariroh, S.Sy
Bendahara : Mukhamad Lutfi, S.Sy

PRODUK-PRODUK SIMPANAN BMT AN-NAWAWI

1. Simpanan Insani
2. Simpanan Zamani
3. Simpanan Ibadah
4. Simpanan Pendidikan

PRODUK-PRODUK PEMBIAYAAN BMT AN-NAWAWI

1. Mudharabah (Bagi Hasil)
2. Murabahah (Jual Beli)

SYARAT-SYARAT PEMBIAYAAN

1. Jujur, amanah dan bertanggungjawab
2. Terdaftar sebagai anggota koperasi
3. Mempunyai rekening di BMT An-Nawawi
4. Mengisi formulir permohonan pembiayaan
5. Bersedia di analisis/ survey
6. Menyerahkan foto copy identitas suami/ istri dan KK
7. Menyerahkan foto copy rencana jaminan/ Agunan
8. Struk gaji terakhir untuk pegawai
9. Menyetujui ketentuan yang berlaku di BMT

KETERANGAN:

- Jangka waktu pembiayaan maksimal selama 2 tahun
- Ketentuan-ketentuan lain dari produk-produk pembiayaan BMT An-Nawawi dapat dikonsultasikan langsung dengan petugas BMT An-Nawawi

LAYANAN PRIMA

Anda menabung kami ambil, anda mengambil kami antar.

a support by:



0857 4307 8000, 0822 4291 0770

AKAD MURABAHAH

No. /MRH/BMT-An/..... /.....

Bismillaahirrahmaanirrahiim

"Dan Allah SWT telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba"

(QS. Al-Baqarah: 275).

"Hai orang-orang beriman, janganlah kamu makan harta sesama kamu dengan jalan bathil, kecuali melalui perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu"

(QS. An-Nisaa': 29).

Denagn selalu mengharap ridlo Allah SWT, Perjanjian ini dibuat dan ditandatangani pada hari ini, tanggal, bulan, tahun kami yang bertandatangan di bawah ini :

- 1. Nama :
- Jabatan :

dalam hal yang diuraikan di bawah ini bertindak untuk dan atas nama serta mewakili BMT An-Nawawi beralamat di Berjan, Gintungan, Gebang, Purworejo, Untuk selanjutnya disebut : PIHAK I atau Penjual

- 2. Nama :
- No KTP :
- Alamat :

Dengan persetujuan istri atau suami :

- Nama :
- No KTP :
- Alamat :

dalam hal ini bertindak untuk diri sendiri Untuk selanjutnya disebut : PIHAK II atau PEMBELI

Selanjutnya kedua belah pihak sepakat menuangkan perjanjian ini dalam Perjanjian Pembiayaan Murabahah (selanjutnya disebut "Perjanjian") dengan syarat-syarat serta ketentuan-ketentuan sebagai berikut

Pasal 1

POKOK PERJANJIAN

- 1. Pihak I berjanji dan mengikatkan diri untuk menjual untuk selanjutnya disebut "barang"-, dan menyerahkannya kepada Pihak II, sebagaimana Pihak II berjanji dan dengan ini mengikatkan diri untuk membeli dan menerima barang tersebut dari Pihak I.
- 2. Jual-beli sebagaimana dimaksud pada ayat 1 disepakati oleh kedua belah pihak untuk saat ini dan seterusnya tidak berubah karena sebab apa pun, termasuk dan tidak terbatas pada terjadinya perubahan moneter, dengan harga jual Pihak I sebesar Rp..... (.....) yang ditetapkan berdasarkan harga beli Pihak II sebesar Rp. (.....) ditambah keuntungan sebesar Rp. (.....)
- 3. Harga jual Pihak I tersebut pada ayat 2 tidak termasuk biaya-biaya dan lain-lain sejenisnya, yang oleh kedua belah pihak telah disepakati dibebankan sepenuhnya kepada Pihak II.

Pasal 2

REALISASI PERJANJIAN

Dengan tetap memperhatikan dan menaati ketentuan-ketentuan tentang pembatasan pe-nyediaan fasilitas jual-beli al murabahah yang ditetapkan oleh yang berwenang, Pihak I ber-janji dan dengan ini mengikatkan diri untuk melaksanakan perjanjian ini setelah Pihak II memenuhi seluruh persyaratan sebagai berikut :

1. Telah menyerahkan kepada Pihak I surat atau formulir permohonan pesanan barang yang berisi rincian barang yang akan dibeli serta tanggal penyerahan barang yang dikehendaki berdasarkan perjanjian ini.
2. Telah menyerahkan kepada Pihak I semua dokumen, termasuk tetapi tidak terbatas pada dokumen-dokumen jaminan yang berkaitan dengan perjanjian ini.
3. Telah menandatangani Perjanjian ini dan perjanjian-perjanjian jaminan yang dipersyaratkan.
4. Telah membayar biaya-biaya yang berkaitan dengan pembuatan Perjanjian ini.

Pasal 3

PENYERAHAN BARANG

1. Berdasarkan syarat-syarat pembelian antara Pihak I dan Pemasok, maka atas persetujuan dan sepengetahuan Pihak I, penyerahan barang dimaksud pada Pasal 1 akan dilakukan langsung oleh Pemasok kepada Pihak II.
2. Apabila pelaksanaan teknis pembelian barang oleh Pihak I dari Pemasok dilakukan oleh Pihak II untuk dan atas nama Pihak I berdasarkan kuasa dari Pihak I.

Pasal 4

JANGKA WAKTU, BIAYA DAN CARA PEMBAYARAN

1. Pihak II berjanji dan dengan ini mengikatkan diri untuk menanggung segala biaya yang diperlukan berkenaan dengan pelaksanaan perjanjian ini.
2. Pihak II berjanji dan dengan ini mengikatkan diri kepada Pihak I untuk membayar harga jual barang sebagaimana tersebut pada pasal 1 perjanjian ini secara tunai dan sekaligus dalam jangka waktu(.....) bulan terhitung sejak tanggal ditanda-tanganinya Perjanjian ini, atau pada tanggalatau dengan cara mengangsur pada tiap-tiap bulan, masing-masing sebesar Rp..... (.....) sesuai dengan jadwal dan besarnya angsuran yang telah disepakati.
3. Setiap pembayaran angsuran oleh Pihak II kepada Pihak I dilakukan di kantor BMT An-Nawawi atau di tempat lain yang ditunjuk Pihak I, atau dilakukan melalui rekening yang dibuka oleh dan atas Pihak II di BMT, atau melalui transfer Bank.
4. Dalam hal pembayaran dilakukan melalui rekening Pihak II di BMT, maka dengan ini Pihak II memberi kuasa kepada BMT untuk men-debet rekening Pihak II guna membayar/melunasi kewajiban Pihak II kepada Pihak I.
5. Dalam hal pembayaran dilakukan melalui Bank (transfer) dan ditunjuk ke rekening BMT An-Nawawi atau personel yang ditunjuk di Bank koresponden, Pihak II harus memberitahukan penyetoran tersebut kepada BMT An-Nawawi disertai bukti transfer atau setor yang sah dari Bank yang dimaksud, penyetoran dianggap sah apabila dana telah diterima atau masuk ke rekening BMT An-Nawawi.
6. Apabila Pihak II cedera janji tidak melakukan pembayaran kembali/melunasi ke-wajibannya kepada Pihak I, sehingga Pihak I perlu biaya untuk menagihnya, maka Pihak II berjanji dan dengan ini mengikatkan diri untuk membayar seluruh biaya yang timbul akibat cedera janji tersebut.

Pasal 5

PENGAKUAN HUTANG DAN PEMBERIAN JAMINAN

1. Berkaitan dengan jual-beli ini, selama harga jual Pihak I sebagaimana dimaksud Pasal 2 ayat 2 belum dilunasi oleh Pihak II kepada Pihak I, maka Pihak II dengan ini mengaku berhutang kepada Pihak I sebagaimana Pihak I menerima pengakuan hutang tersebut dari Pihak II sebesar harga atau sisa harga yang belum dibayar lunas oleh Pihak II.
2. Guna menjamin ketertiban pembayaran atau pelunasan hutang tersebut pada ayat 1 tepat pada waktu yang telah disepakati oleh kedua belah pihak berdasarkan perjanjian ini, maka Pihak II berjanji dan dengan ini mengikatkan diri untuk menyerahkan barang jaminannya kepada Pihak I.

Pasal 6

PERISTIWA CIDERA JANJI

Menyimpang dari ketentuan dalam Pasal 1 Perjanjian ini, Pihak II berhak untuk menuntut atau menagih pembayaran dari Pihak II dan atau siapa pun juga yang memperoleh hak darinya, atas sebagian atau seluruh jumlah kewajiban Pihak II kepada Pihak I berdasarkan Perjanjian ini, untuk dibayar dengan seketika dan sekaligus, tanpa diperlukan adanya surat pem-beritahuan, surat teguran, atau surat lainnya, apabila terjadi salah satu hal atau peristiwa tersebut di bawah ini :

1. Tidak melaksanakan pembayaran atas kewajibannya kepada Pihak I sesuai dengan saat yang ditetapkan dalam Pasal 1 Perjanjian ini.
2. Dokumen, surat-surat bukti kepemilikan atau hak lainnya atau barang-barang yang dijadikan jaminan, dan atau pernyataan sebagaimana tersebut pada Pasal 5 perjanjian ini ternyata palsu atau tidak benar isinya.

Pasal 7

PENGAWASAN DAN PEMERIKSAAN

Pihak II berjanji dan dengan ini mengikatkan diri untuk memberikan izin kepada Pihak I atau petugas yang ditunjuknya, guna melaksanakan pengawasan/pemeriksaan terhadap barang maupun barang jaminan, serta pembukuan dan catatan pada setiap saat selama ber-langsungnya Perjanjian ini, dan kepada Pihak I tersebut diberi hak untuk mengambil gambar (foto), membuat fotokopi dan/atau catatan-catatan yang dianggap perlu.

Pasal 8

HUKUM YANG MENGATUR

Pihak I dan Pihak II sepakat dan dengan ini mengikatkan diri satu terhadap yang lain, bahwa untuk Perjanjian ini dan segala akibatnya memberlakukan syariah Islam dan peraturan perundang-undangan lain yang tidak bertentangan dengan syariah.

Pasal 9

PENUTUP

1. Sebelum Surat Perjanjian ini ditandatangani oleh Pihak II, Pihak II mengakui dengan sebenarnya, dan tidak lain dari yang sebenarnya, bahwa Pihak II telah membaca dengan cermat atau dibacakan kepadanya seluruh isi Perjanjian ini berikut semua surat dan atau dokumen yang menjadi lampiran Surat Perjanjian ini, sehingga oleh karena itu Pihak II memahami sepenuhnya segala yang akan menjadi akibat hukum setelah Pihak II menandatangani Surat Perjanjian ini.
2. Apabila ada hal-hal yang belum diatur atau belum cukup diatur dalam Perjanjian ini, maka Pihak II dan Pihak I akan mengaturnya bersama secara musyawarah untuk mufakat dalam suatu Addendum yang merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dari Perjanjian ini.

Demikianlah, Surat Perjanjian ini dibuat dan ditandatangani oleh Pihak I dan Pihak II atas dasar saling rela tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Pihak I/BMT An-Nawawi

Pihak II/Mitra

(.....)

(.....)

Saksi-saksi

..... (.....)

..... (.....)

Mengetahui
Manager BMT An-Nawawi

Titi Ariyanti, A.Md

SYARAT-SYARAT PENGAJUAN PEMBIAYAAN

1. Foto copy KTP suami Istri
2. Foto copy KK
3. Foto copy Agunan
4. Agunan/Jaminan asli di serahkan saat pencairan, (atas nama pemilik)
5. Slip Gaji Terakhir (PNS)
6. Mengisi Analisa Permohonan Pembiayaan
7. Bersedia Di Survey

MANAGER
TITI ARYANTI A.Md



**KOPERASI PONDOK PESANTREN
BMT (Baitul Maal wat Tamwil) AN-NAWAWI**

Btl. No. : 12500/ a / BH / PAD / KWK. 11 / XII / 1996
Berjan Gebang Purworejo Jawa Tengah 54191 Telp. (0275) 325099

ANALISA PERMOHONAN PEMBIAYAAN

No...../ BMT.AN / MRH/...../20.....

A. IDENTITAS DAN PROFIL USAHA

1. Nama pemohon :
2. Umur :
3. Alamat :
4. Nama Suami / Istri :
5. Jenis Usaha :
6. No. KTP / SIM :
7. Tempat Usaha :
8. Jumlah Tanggungan :

B. RENCANA PEMBIAYAAN

1. Jumlah yang di Ajukan :
2. Basil / Margin Yg diberikan :
3. Jangka Waktu Pembiayaan : Minggu/ Bulan.....
4. Rencana Penggunaan :
5. Jenis Aguran / Jaminan :

C. KONDISI KEUANGAN

1. Pendapatan / Bulan
 - a. Pendapatan Penjualan : Rp
 - b. Pendapatan Lain : Rp..... ±
 - c. Jumlah Pendapatan : Rp.....
 2. Pengeluaran / Bulan
 - a. Biaya Hidup : Rp
 - b. Biaya Usaha : Rp
 - c. Sewa Tempat : Rp
 - d. Lain - lain : Rp..... ±
 - e. Jumlah Pengeluaran : Rp..... -
- Laba Bersih Per-bulan : Rp

Berjan ,20..

Suami /Istri

Pemohon

(.....)

(.....)

Mengetahui
KEPALA DESA

(.....)



KOPERASI PONDOK PESANTREN
BMT (Baitul Maal wat Tamwil) AN-NAWAWI

Badan Hukum No. : 12500/a / BH / PAD / KWK. 11 / XII / 1996
Berjan Gebang Purworejo Jawa Tengah 54191 Telp. (0275) 325099

FORMULIR SIMPANAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap

Tempat Lahir

Tanggal lahir

Jenis Kelamin
 Laki-laki Perempuan

Pekerjaan
 TNI / POLRI PNS Wiraswasta Tani

Pendidikan
 SD/MI SLTP / MTs SLTA / MA Sarjana

Kartu Pengenal
 KTP SIM Kartu Pelajar KTK

Nomer: Belaku s/d:

Alamat

Kode Pos : **NO. Telepon :**

Dengan ini mengajukan untuk menjadi penyimpan atau anggota BMT An-Nawawi, dan akan menyimpan dana pada jenis simpanan :

Insani Zamani

Dengan Setoran pertama sebesar Rp

Terbilang :

Dan menyatakan bersedia memenuhi ketentuan-ketentuan lain yang berlaku bagi penyimpan atau anggota pada umumnya, serta siap untuk menggunakan hak-hak dan kewajiban sebagai anggota dengan sebaik-baiknya.

Purworejo,
 Pemohon

.....

KOLOM PENGESAHAN	
Disetujui sebagai penyimpan	
BMT An-Nawawi pada tanggal	
No.Rekening <input type="text"/>	
Manager	Petugas
.....

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Ulfa Minkhatul Wafiroh
Tempat, tanggal, lahir : Kendal, 5 September 1994
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Ds. Mororejo RT 01 RW 03, Kecamatan Kaliwungu,
Kabupaten Kendal
Nomor Handphone : 085741447577
Email : ulfaminkhatul@gmail.com

Pendidikan:

1. SDN Mororejo
2. Mts NU Sunan Katong
3. MA NU Sunan Katong

Semarang, 09 Juni 2016

Ulfa Minkhatul Wafiroh