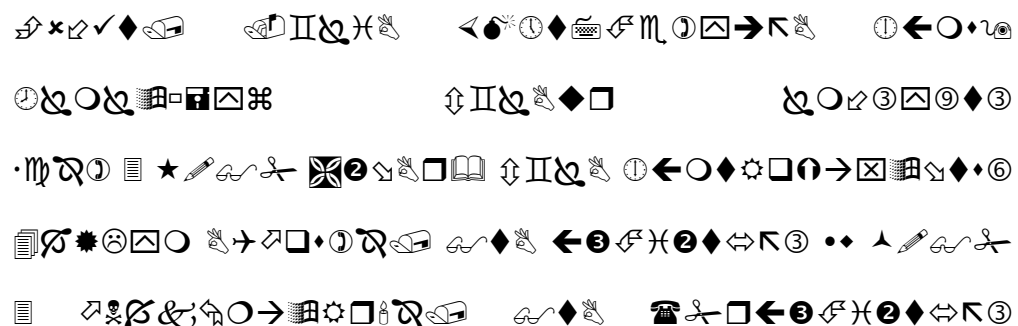


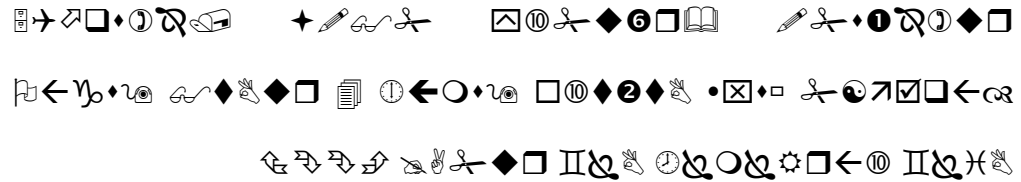
## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Analisis peran pembiayaan syariah terhadap Peningkatan Perekonomian pedagang di Pasar Trangkil

Dalam Islam, manusia diwajibkan untuk berusaha agar ia mendapatkan rezeki guna memenuhi kebutuhan kehidupannya. Islam juga mengajarkan kepada manusia bahwa Allah Maha Pemurah sehingga rezeki-Nya sangat luas. Bahkan, Allah tidak memberikan rezeki itu kepada kaum muslimin saja, tetapi kepada siapa saja yang bekerja keras. Dalam Al-Qur`an terdapat ayat yang memerintahkan manusia agar bekerja. Manusia dapat bekerja apa saja yang penting tidak melanggar garis-garis yang telah ditentukan-Nya. Ia bisa melakukan aktivitas produksi, seperti pertanian, perkebunan, peternakan, pengolahan makanan dan minuman, dan sebagainya. Ia juga dapat melakukan aktivitas distribusi, seperti perdagangan atau dalam bidang jasa, seperti transportasi, kesehatan, dan sebagainya. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Firman Allah surat Ar-Ra`du ayat 11 yang berbunyi :





*“Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia”.*<sup>1</sup>

Untuk memulai usaha seperti ini diperlukan modal, seberapa pun kecilnya. Adakalanya orang mendapatkan modal dari simpanannya atau dari keluarganya. Adapula yang meminjam kepada rekan-rekannya. Jika tidak tersedia, peran institusi keuangan menjadi sangat penting karena dapat menyediakan modal bagi orang yang ingin berusaha. Dalam Islam, hubungan pinjam-meminjam tidak dilarang, bahkan dianjurkan agar terjadi hubungan saling menguntungkan, yang pada gilirannya berakibat kepada hubungan persaudaraan. Hal yang perlu diperhatikan adalah apabila hubungan itu tidak mengikuti aturan yang diajarkan oleh Islam. Karena itu, pihak-pihak yang berhubungan harus mengikuti etika yang digariskan oleh Islam.

Dalam syariah, sebenarnya penggunaan kata pinjam-meminjam kurang tepat digunakan disebabkan dua hal. Pertama, pinjaman merupakan salah satu metode hubungan finansial dalam Islam. Masih banyak metode yang diajarkan oleh syariah selain pinjaman, seperti jual beli, bagi hasil, sewa, dan sebagainya. Kedua, dalam Islam, pinjam-meminjam adalah akad sosial, bukan akad

<sup>1</sup> Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an. *Op.cit.* hlm 370

komersial. Artinya, bila seseorang meminjam sesuatu, ia tidak boleh disyaratkan untuk memberikan tambahan atas pokok pinjamannya. Hal ini didasarkan pada hadits Nabi saw. yang mengatakan bahwa setiap pinjaman yang menghasilkan manfaat adalah riba, sedangkan para ulama sepakat bahwa riba itu haram. Karena itu, dalam perbankan syariah, pinjaman tidak disebut kredit, tapi pembiayaan (*financing*).

Berdasarkan data hasil wawancara yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dari beberapa pedagang dipasar Trangkil yang mendapatkan pembiayaan syariah dari BMT Fastabiq, produk pembiayaan syariah yang ditawarkan BMT dapat membantu perekonomian para penerimanya. Pembiayaan syariah tersebut dimaksudkan untuk membantu meningkatkan ekonomi masyarakat lemah. Program tersebut berbentuk bantuan modal usaha yang diberikan kepada masyarakat ekonomi lemah. Pada dasarnya program tersebut dibentuk bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

Bila diperhatikan dari hasil observasi diatas kebanyakan pedagang mendapatkan pembiayaan syariah berupa pembiayaan *musyarakat*, yakni bentuk umum dari usaha bagi hasil di mana dua orang atau lebih menyumbangkan pembiayaan dan manajemen usaha, dengan proporsi bisa sama atau tidak.

Peran BMT bagi pedagang di Pasar Trangkil selain memberikan tambahan modal agar perekonomiannya meningkat, antara lain :

1. Di BMT tidak ada bunga tapi margin dan menggunakan prinsip bagi hasil.

2. Pinjamannya mudah dan tidak memakai jaminan.
3. Menggunakan akad syariah yang di dalamnya terdapat kesepakatan bersama yang diharapkan tidak memberatkan salah satu pihak.

Dari uraian diatas peneliti dapat menarik sebuah kesimpulan bahwa dari data-data yang telah peneliti dapat dari KJKS BMT Fastabiq Pati tentang pembiayaan syariah dan peneliti bandingkan dengan teori yang ada, upaya peningkatan pembiayaan syariah yang diberikan kepada masyarakat sudah bisa dikatakan cukup baik, karena kebanyakan dari mereka yang mendapatkan pembiayaan syariah perekonomiannya semakin membaik dan meningkat karena mendapatkan tambahan modal. Yang dulu keuntungannya perhari hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka, sekarang bisa digunakan untuk memenuhi kebutuhan yang lain. Namun tidak sedikit pula yang belum dapat meningkatkan ekonomi mereka. Menurut hemat peneliti peningkatan perekonomian tersebut juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan tempat mereka tinggal dan pemilihan usaha yang dijalankan.

Oleh karena itu, penulis dapat mengatakan bahwa peran BMT dalam melakukan pembiayaan syariah untuk peningkatan perekonomian masyarakat dapat membantu meningkatkan perekonomian penerimanya. Hal ini dapat diketahui dari penuturan yang disampaikan oleh beberapa pedagang di pasar Trangkil. Jadi apa yang dilakukan BMT Fastabiq dapat dikatakan berhasil.

#### **4.2 Analisis Peran Marketing Syariah Terhadap Peningkatan Perekonomian Pedagang Di Pasar Trangkil**

Akhir-akhir ini sebuah konsep marketing syariah mulai merebak di instansi-instansi bisnis syariah. Konsep marketing syariah ini mulai mengemuka ketika banyaknya pembisnis-pembisnis islam yang mendirikan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) berlandaskan keislaman yang disebut BMT (Baitul Mal Wa Tamwil). Marketing syariah sendiri menurut definisi adalah adalah penerapan suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Jadi marketing syariah dijalankan berdasarkan konsep keislaman yang telah diajarkan Nabi Muhammad SAW.<sup>2</sup>

Setiap orang Islam mencari nafkah dengan cara jual beli, tetapi cara itu harus di lakukan sesuai hukum Islam, yaitu harus saling rela merelakan, tidak boleh menipu, tidak boleh berbohong, tidak boleh merugikan kepentingan umum, dan bebas memilih. Dalam bisnis keislaman ada 3 elemen dalam marketing syariah, yaitu : *Syariah marketing strategy* untuk memenangkan *mind-share*, *Syariah marketing tactic* untuk memenangkan *market-share*, *Syariah marketing value* untuk memenangkan *syariah heart-share*. Dari 3 paradigma diatas, telah diterangkan tentang prinsip-prinsipnya dalam bab 2.

Untuk melakukan kegiatan pemasaran, BMT Fastabiq Pati mempunyai marketing syariah tersendiri yaitu meluruskan niat, sistem jemput bola, seluruh karyawan sebagai marketing dan DAI, memperluas jaringan dengan menambah mitra baru dan terus memperbaiki hubungan silaturahmi dengan mitra lama,

---

<sup>2</sup> *Op.cit* , Hermawan Kertajaya, hlm 106

menggunakan media iklan seperti brosur, pengajian, dan sponsor utama dalam kegiatan bakti social yang telah dijelaskan diatas.

Dari data yang penulis peroleh dari BMT jika dibandingkan dengan prinsip-prinsip marketing syariah dari referensi yang ada tidak jauh berbeda. Ada beberapa marketing syariah di BMT yang sama dengan marketing syariah dari referensi, yakni sistem jemput bola, jika di BMT prinsip jemput bola dengan cara petugas dari BMT mendatangi nasabah satu persatu, kalau dari referensi yaitu dengan strategi *Practice A Relationship-Based Selling (selling)*, yakni mendatangi konsumen untuk penjualan produk. Kemudian yang hampir sama lagi yaitu kalau BMT dengan cara memperluas jaringan dengan menambah mitra baru dan terus memperbaiki hubungan dengan mitra lama, sedangkan marketing syariah dari referensi dengan cara *Services Should Have The Ability To Transform (Service)*, yakni dengan memberikan servis untuk menjaga kepuasan konsumen agar tetap menggunakan produk dari perusahaan. Dari persamaan marketing syariah diatas dapat diketahui bahwa BMT juga menggunakan strategi marketing syariah untuk menarik nasabah dan membangun kepercayaan serta keyakinan bagi nasabah agar tetap bergabung dengan BMT.

Jika dari data yang penulis dapatkan ada beberapa strategi marketing syariah yang sama antara BMT dengan referensi, penulis juga dapat menganalisis terdapat banyak perbedaan, antara lain jika dari referensi ada Syariah Marketing Strategy untuk memenangkan *Mind Share* yang dijabarkan

pada bab 2 yang intinya sebelum memulai suatu marketing terlebih dahulu haruslah dengan persiapan yang matang, seperti memanfaatkan peluang yang muncul di pasar dan penentuan target pasar barulah dipasarkan ke konsumen, sedangkan di BMT hanya diawali dengan niat yang lurus dengan berdasarkan karena Allah. Jadi jika syariah marketing pada referensi dengan persiapan yang bersifat kongkrit dengan usaha-usaha yang jelas berbeda dengan BMT yang persiapannya bersifat dari hati.

Menurut data yang penulis analisis dapat ditarik kesimpulan bahwa keberhasilan BMT Fastabiq dalam meningkatkan penawaran produknya dapat dilihat dari beberapa nasabah yang telah bergabung selama bertahun-tahun dan berhasil mengembangkan usahanya serta adanya perubahan yang positif dari para nasabah, serta banyaknya nasabah yang semakin meningkat setiap tahunnya membuktikan bahwa BMT telah berhasil menawarkan produk-produk pembiayaan syariahnya. Hal ini terbukti dengan semakin meningkatnya nasabah yang bergabung dengan BMT Fastabiq dari tahun ke tahun. Dan kebanyakan dari mereka mendapatkan tawaran untuk mengambil pembiayaan di BMT Fastabiq melalui sistem jemput bola, yakni petugas datang ke rumah untuk menawarkan produknya. Adapun keuntungan dari sistem jemput bola, antara lain:

1. Prinsip sistem jemput bola mampu menciptakan kontak dengan pelanggan secara langsung.
2. Dapat meningkatkan hubungan yang telah terjalin dengan nasabah.

3. Sistem jemput bola dapat memberi penjelasan-penjelasan dan jasa-jasa tertentu yang berkaitan dengan produk.