

**ANALISIS STRATEGI YANG MEMPENGARUHI TINGKAT  
KEUNTUNGAN DI BMT AR-RASYADA BERTAIS KOTA  
MATARAM TAHUN 2015-2016**

Oleh:

**KHAERIAH**  
**NIM. 15.2.12.5.085**



**FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MATARAM  
MATARAM  
2017**

**ANALISIS STRATEGI YANG MEMPENGARUHI TINGKAT  
KEUNTUNGAN DI BMT AR-RASYADA BERTAIS KOTA  
MATARAM TAHUN 2015-2016**

**Skripsi**

**Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Mataram untuk  
melengkapi persyaratan mencapai gelar sarjana  
Ekonomi Islam**

**Oleh:**

**KHAERIAH  
NIM. 15.2.12.5.085**



**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MATARAM  
MATARAM  
2017**

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal: *Munaqasyah*

Mataram, 16 Desember 2016

Kepada  
Yth. Rektor IAIN Mataram  
di Mataram

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah diperiksa dan pedoman penulisan skripsi, kami berpendapat bahwa skripsi, kami berpendapat bahwa skripsi Khaeriah, NIM. 15.2.12.5.085 yang berjudul "Analisis Strategi yang Mempengaruhi Tingkat Keuntungan di BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram Tahun 2015-2016" telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Mataram.

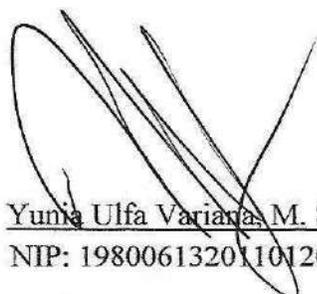
Demikian, atas perhatian Bapak Rektor disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. H. Musawar, M. Ag.  
NIP: 196912311998031008

  
Yulia Ulfa Varianda, M. Sc.  
NIP: 198006132011012003

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal: *Munaqasyah*

Mataram, 16 Desember 2016

Kepada  
Yth. Rektor IAIN Mataram  
di Mataram

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah diperiksa dan pedoman penulisan skripsi, kami berpendapat bahwa skripsi, kami berpendapat bahwa skripsi Khaeriah, NIM. 15.2.12.5.085 yang berjudul "Analisis Strategi yang Mempengaruhi Tingkat Keuntungan di BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram Tahun 2015-2016" telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Mataram.

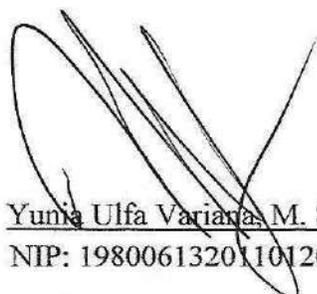
Demikian, atas perhatian Bapak Rektor disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. H. Musawar, M. Ag.  
NIP: 196912311998031008

  
Yulia Ulfa Varianda, M. Sc.  
NIP: 198006132011012003

## PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi yang Mempengaruhi Tingkat keuntungan di BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram Tahun 2015-2016” yang diajukan oleh Khaeriah, NIM. 15.2.12.5.085, Jurusan Ekonomi Syari’ah, Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam IAIN Mataram telah dimunaqasyahkan pada hari Kamis, 29 Desember 2016 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Syari’ah.

### Dewan Munaqasyah

1. Ketua Sidang/  
Pemb. I : Dr. H. Musawar, M. Ag  
: NIP 196912311998031008
2. Sekretaris Sidang/  
Pemb. II : Yunia Ulfa Variana, M. Sc  
: NIP 198006132011012003
3. Penguji I : Drs. H. Agus Mahmud, M. Ag  
: NIP 196508171997031001
4. Penguji II : Bahrur Rosyid, M. M  
: NIP 197810212009121002

Mengetahui

**Dekan Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam,**



Dr. H. Musawar, M. Ag  
NIP 196912311998031008

## MOTTO

*“Sebaik-baiknya manusia adalah manusia yang berguna bagi manusia lainnya.”*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

## PERSEMBAHAN

*Dengan penuh cinta dan kasih sayang skripsi ini ku persembahkan untuk:*

- 1. Kehadapan ibundaku tercinta (S.F. Aisyah), dan Bapakku (Abdul Gani) yang telah memberikan kasih sayang, motivasi, serta cucuran doa setiap saat untuk keberhasilanku, ku persembahkan karya kecil nan sederhana sebagai jawaban atas ribuan doa dan pengharapanmu yang kau curahkan setiap engkau selesai sholatmu, terimakasih atas kerja kerasmu, perjuanganmu mendidik dan menyekolahkanku sehingga aku masih berdiri tegak melawan kerasnya dunia, engkau adalah panutan dunia akhiratku, belahan jiwa ku, semoga dengan selesainya skripsi ini bisa mengobati sedikit rasa lelahmu sehingga aku bisa melihat senyuman kebahagiaan darimu sepasang bidadari surgaku.*
- 2. Guru-guruku tercinta yang sejak awal mengenalkan arti kehidupan.*
- 3. Untuk adik-adikku tercinta, Khairunnisah, Muhammad, Aminah, Salmaniah, dan Alifah Naufalin yang telah memberikan cahaya kebahagiaan dan motivasiku dalam menyelesaikan skripsi ini dan keluarga besarku yang selalu ada dalam setiap suka cita ku dalam menyelesaikan pendidikanku, terimakasih atas dukungan baik moril maupun materil yang telah diberikan.*
- 4. Sahabat-sahabat ku tercinta, yang telah melukiskan warna indah dalam hidup ini, yang dulunya begitu gelap, engkau adalah anugerah terindah yang telah dititipkan tuhan untuk melengkapi kesempurnaan hidup ini terimakasih atas kebersamaan dan pertualangan kita yang tak akan bisa terlupakan sepanjang sejarah hidup ini engkau ibarat darah yang sudah menyatu dalam raga ini dan akan selalu menemaniku dalam setiap detik langkah yang akan ku lalui nanti, untukmu planet karya, KKP 48, keluarga besar E J D engkau lah fatner terbaikku dalam sejarah.*
- 5. Almaterku tercinta IAIN Mataram.*

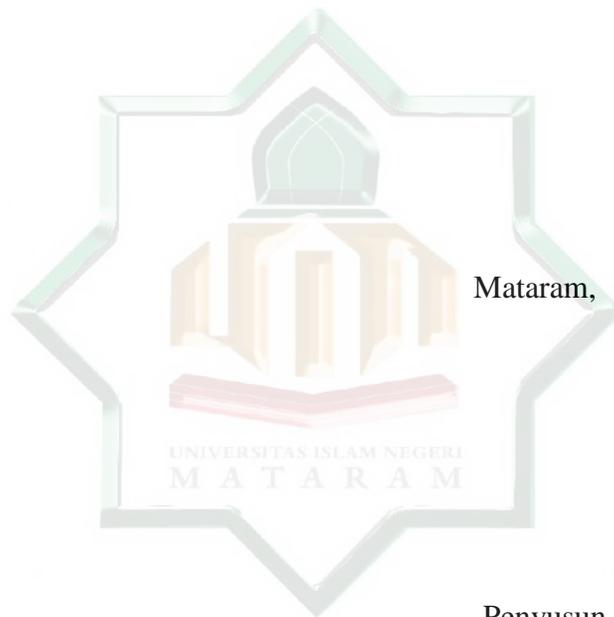
## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, maka skripsi ini dapat diselesaikan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah pada Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Mataram. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya sampai akhir zaman.

Dengan terselesainya skripsi ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam memberikan bimbingan, saran, dan informasi yang sangat berharga. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang tidak terhingga kepada:

1. Bapak, Dr. H. Mutawalli, selaku Rektor IAIN Mataram.
2. Bapak, Dekan Fakultas Syari'ah Dan Ekonomi Islam IAIN Mataram
3. Bapak, Dr. H. Musawar, M. Ag. Dan Ibu Yunia Ulfa Variana, M. Sc. Selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Siti Nurul Khaerani, M.M selaku Dosen Wali,
5. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Fakultas Syari'ah yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna bagi penulis.
6. Ibu, Bapak tercinta dan segenap keluarga besar yang telah memberikan dukungan, motivasi, bantuan baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di IAIN Mataram terutama dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu saran dan kritik demi kesempurnaan skripsi ini akan diterima dengan senang hati. Semoga ini bisa memberikan manfaat, khususnya bagi penulis sendiri dan pembaca pada umumnya serta bagi perkembangan pengetahuan.



Mataram,

Desember 2016

Penyusun

Perpustakaan UIN Mataram

## ABSTRAK

Adapun yang menjadi tujuan dalam penyusunan skripsi ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram dalam meningkatkan keuntungan dan faktor apa saja yang menjadi penghambat dalam meningkatkan keuntungan BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram Tahun 2015-2016. Adapun metode yang digunakan untuk mendapatkan data adalah dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Setelah tujuan koleksi penelitian dengan menggunakan tiga metode maka peneliti berhasil mengumpulkan data yang terkait dengan kepentingan peneliti yang meliputi: profil BMT Ar-rasyada Bertais Kota Mataram, sejarah Berdirinya BMT Ar-Rasyada, Struktur Organisasi BMT Ar-Rasyada dan pihak-pihak yang terlibat yaitu karyawan BMT Ar-Rasyada itu sendiri.

Dari data yang didapat peneliti maka apa yang menjadi tujuan dalam penelitian terjawab yang meliputi bagaimana strategi yang dilakukan BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram dalam meningkatkan tingkat keuntungan tahun 2015-2016. Dimana dalam strategi yang digunakan diantaranya sosialisasi, strategi jemput bola, dakwah/pengajian, melayani dengan cepat dan tepat, menjaga kepercayaan masyarakat, espansi penabung dan mengintensipkan pembiayaan, memberikan pinjaman dan strategi lokasi.

**kata kunci:** *strategi*

Perpustakaan UIN Mataram

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Koteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Tujuan dan Manfaat penelitian.....	5
D. Ruang Lingkup dan Setting Penelitian.....	6
E. Telaah Pustaka.....	7
F. Kerangka Teoritik.....	9
G. Metode Penelitian.....	14

H. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	14
<b>BAB II PAPARAN DAN TEMUAN .....</b>	<b>25</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	25
B. Data Tingkat Keuntungan BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram.....	36
C. Strategi yang Mempengaruhi Tingkat Keuntungan di BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram Tahun 2015-2016.....	38
D. Faktor yang menjadi Menghambat atau Kendala dalam Meningkatkan Keuntungan di BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram Tahun 2015-2016..	43
<b>BAB III PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
A. Analisis Strategi yang Mempengaruhi Tingkat Keuntungan di BMT Ar- Rasyada Bertais Kota Mataram Tahun 2015-2016.....	45
B. Analisis Faktor yang menjadi Menghamabat atau kendala dalam Meningkatkan keuntungan di BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram Tahun 2015-2016.....	57
<b>BAB IV PENUTUP.....</b>	<b>63</b>
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Perusahaan adalah badan usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus-menerus didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah Negara Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba.<sup>1</sup> Memperoleh keuntungan merupakan tujuan utama berdirinya suatu badan usaha, baik badan usaha yang terbentuk perseroan terbatas (PT), yayasan, maupun bentuk-bentuk badan usaha lainnya. Kemudian yang paling penting lagi apabila suatu badan usaha terus-menerus memperoleh keuntungan maka ini berarti kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan terjamin.<sup>2</sup>

Untuk menjaga eksistensi suatu usaha tersebut, maka ada dua hal yang harus mendapat perhatian khusus, yaitu laba dan rugi. Menjaga usaha agar tetap eksis bukan hanya memikirkan bagaimana usaha tersebut memperoleh keuntungan tetapi juga harus diperhitungkan kemungkinan-kemungkinan kendala yang muncul dalam proses menjalani usaha tersebut, karena dengan mengetahui kendala-kendala yang akan terjadi menumbuhkan semangat dan upaya mengatasi kendala tersebut. Apabila kendala dapat diatasi, maka dengan sendirinya keuntungan akan datang. Oleh karena itu memperhitungkan

---

<sup>1</sup>Zaeni Asyhadi, *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), h. 34.

<sup>2</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2004), h. 10.

kembali kendala lebih utama dari menyalahkan keuntungan,<sup>3</sup> akan tetapi hambatan-hambatan yang ada dapat diatasi dengan cara mengembangkan dan menerapkan strategi-strategi pengembangan usaha secara baik dan terorganisir. Di dalam mengembangkan usaha diperlukan metode penyusunan strategi yang bersifat satu unit bisnis tunggal yang menyeluruh. Salah satunya dengan melakukan perencanaan strategi dalam melihat perkembangan usaha.

Dalam menghadapi dunia persaingan yang semakin ketat, kita dituntut untuk dapat mengembangkan strategi usaha yang lebih baik tanpa melupakan etika dalam berbisnis. Banyaknya hambatan dan halangan yang dihadapi seperti kekurangan modal, tenaga kerja yang kurang ahli dan terampil, kinerja karyawan yang buruk, serta manajemen usaha yang tidak baik merupakan salah satu hambatan yang sering ditemukan dalam pengembangan usaha terlebih lagi dalam meningkatkan keuntungan suatu usaha.

Baitul Maal Wattamwil (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu baitul maal dan baitul tamwil. Baitul maal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti: zakat, infaq dan sedekah. Adapun baitul tamwil sebagai suatu pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Lembaga ini didirikan dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh pelayanan bank Islam atau BPR Islam. Prinsip operasinya didasarkan atas prinsip bagi hasil, jual beli (*ijarah*), dan titipan (*wadiah*). Karena itu meskipun mirip dengan bank Islam, BMT memiliki pangsa pasar tersendiri, yaitu

---

<sup>3</sup> Hayatul Islan, *Sistem Ekonomi Islam "Keniscayaan Menuju Kesejahteraan Manusia"*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2008), h. 45.

masyarakat kecil yang tidak terjangkau layanan perbankan serta pelaku usaha kecil yang mengalami hambatan “psikologis” bila berhubungan dengan pihak bank.<sup>4</sup> Semua upaya untuk menghendaki adanya suatu wahana yang mampu untuk menggerakkan dana umat, baik komersial maupun nonkomersial, dan untuk peningkatan sikap mental ekonomis produktif yang dijiwai dan dilandasi oleh nilai-nilai moral normatif islami. Mengingat kelemahan umat Islam sebagai pelaku ekonomi disebabkan oleh faktor ketidakmampuan mereka dalam mengakses lembaga-lembaga keuangan yang ada.

Dari berbagai alternatif yang ada, *Baitul Mal Wat Tamwil* diyakini sebagai salah satu wahana yang dinilai strategis untuk upaya pemberdayaan umat.<sup>5</sup> Oleh karena itu keberadaan BMT sangat penting karena terlalu banyak masyarakat yang tidak mampu menjangkau usaha dengan cara meminjam modal ke perbankan konvensional. Untuk meningkatkan peran BMT dalam kehidupan ekonomi masyarakat, BMT terbuka untuk menciptakan produk baru. Produk tersebut harus memenuhi syarat, di antaranya: a) sesuai dengan syariah dan disetujui oleh Dewan Syariah; b) dapat ditangani oleh sistem operasi BMT yang bersangkutan; c) membawa kemaslahatan bagi umat.<sup>6</sup> Pada mulanya ketika perusahaan didirikan, pengelola berusaha agar perusahaan tersebut memiliki keunggulan yang cocok dengan lingkungan bisnisnya melalui rumusan dan implementasi strategi yang dipilih. Jika terjadi kecocokan (*fit*), perusahaan tersebut dengan sendirinya mampu melakukan

---

<sup>4</sup>Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 263.

<sup>5</sup>Dr. H. Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wattamwil*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), h. 24-25.

<sup>6</sup>*Ibid.*, 28.

eksploitasi pasar yang pada ujungnya akan menghasilkan keuntungan dan pertumbuhan perusahaan.<sup>7</sup>

Hasil penelitian mengatakan bahwa BMT memiliki cara atau strategi tersendiri untuk mendapatkan keuntungan sehingga lembaga tersebut menjadi tetap maju dan berjalan normal, sehingga sangat diminati oleh nasabah. Hal demikian diperkuat oleh pernyataan Supardan Pegawai Lapangan BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram bahwa prinsip-prinsip syariah seperti azas bagi hasil, menjaga kepercayaan masyarakat atau nasabah, tekun atau tidak pernah menyerah merupakan sebagian dari strategi untuk meningkatkan volume keuntungan.<sup>8</sup>

Dalam operasionalnya BMT Ar-Rasyada dapat membagikan hasil keuntungan kepada anggotanya rata-rata 11 s/d 13 % (ekuivalen)/tahun atau rata-rata perbulan 1,05 %. Untuk mencapai prestasi yang demikian tentu diimbangi oleh strategi-strategi yang layak diterapkan dalam lembaga keuangan yang berbasis syariah itu sendiri, tentu, keselarasan antara hasil yang dihasilkan dengan sistem pengelolaan yang digunakan harus dapat dibuktikan secara sistematis dan proses ilmiah. Dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang “analisis strategi yang mempengaruhi tingkat keuntungan di BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram Tahun 2015-2016”.

---

<sup>7</sup>Suwarsono Muhammad, *Strategi Penyehatan Perusahaan*, (Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan, 2006), h. 3.

<sup>8</sup>Supardan, *Wawancara “Observasi Awal”*, (pegawai lapangan BMT Ar-Rasyada), tanggal 9 April 2016.

## **B. Fokus Penelitian**

Maka fokus penelitian berdasarkan uraian konteks penelitian di atas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi yang dilakukan BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram dalam mempengaruhi tingkat keuntungan tahun 2015-2016?
2. Faktor apa saja yang menjadi penghambat dalam mempengaruhi tingkat keuntungan di BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram tahun 2015-2016?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram dalam mempengaruhi tingkat keuntungan tahun 2015-2016.
- b. Untuk mengetahui faktor apa saja yang menghambat dalam mempengaruhi tingkat keuntungan di BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram pada tahun 2015-2016.

### **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang bisa diambil dari penelitian ini yaitu:

- a. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan dan memberikan sumbangan pemikiran terhadap jurusan

Ekonomi Islam (secara khusus) tentang bagaimana strategi yang dilakukan BMT Ar-Rasyada dalam meningkatkan keuntungan.

b. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai acuan bagi mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam yang ingin mengembangkan penelitian ini.

#### **D. Ruang Lingkup dan Setting Penelitian**

##### **1. Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam melaksanakan penelitian ini disadari adanya keterbatasan baik dari segi pengetahuan, referensi, waktu, tenaga maupun dari segi pendanaan. Oleh karena itu dirasa perlu untuk membatasi ruang lingkup dari penelitian, sehingga penelitian ini tidak menjadi bias.

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini adalah strategi yang dilakukan dalam meningkatkan keuntungan dan faktor apa saja yang menjadi penghambat dalam meningkatkan keuntungan di BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram pada tahun 2015-2016.

##### **2. Setting Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram. BMT ini terletak di depan pintu masuk utama terminal Mandalika Bertais Kota Mataram. Salah satu alasan yang membuat saya tertarik untuk melakukan penelitian di tempat ini adalah lokasinya yang

strategis, BMT ini juga salah satu BMT yang paling tua diantara BMT-BMT lainnya.

#### **E. Telaah Pustaka**

Telaah pustaka adalah penelusuran terhadap studi atau karya-karya terdahulu yang terkait, untuk menghindari duplikasi, plagiasi serta menjamin keabsahan dan kesahihan penelitian yang dilakukan, artinya untuk mendapatkan gambaran topik yang akan diteliti dengan penelitian yang sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya sehingga tidak ada pengulangan dan penelusuran terhadap teori-teori yang berkaitan dengan penelitian. Berdasarkan pengamatan dan pengetahuan peneliti bahwa penelitian yang dianggap terkait dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

1. Siti Maemunah, “Kemampuan Manajemen dalam Meningkatkan Stabilitas Perusahaan di BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram”. (IAIN Mataram 2012).

Fokus penelitian yang dikaji oleh Siti Maemunah adalah bagaimana kemampuan manejer dalam meningkatkan stabilitas perusahaan dan apa kendala serta upaya yang dihadapi manejer dalam meningkatkan stabilitas perusahaan di BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram.

2. Suhaili, “Penerapan Akad *Murabahah* dalam Pemberian Pembiayaan Mikro dan Jual Beli Sebagai Strategi untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Produk”. (IAIN Mataram 2011). Fokus penelitian yang dikaji oleh Suhaili adalah mengapa Bank Syari’ah Mandiri (BSM) Cabang Mataram menerapkan akad *Murabahah* pada pembiayaan mikro jual beli, bagaimana respon nasabah terhadap penerapan akad *Murabahah* pada BSM cabang Mataram dan apakah penerapan akad *Murabahah* pada pembiayaan mikro dan jual beli merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan keunggulan kompetitif produk BSM cabang Mataram.
3. Siti Farhiati, “Ekstensi BMT Ar-Rasyada Bertais Mataram dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Usaha Kecil dan Menengah”. (IAIN Mataram 2016). Fokus penelitian yang dikaji oleh Siti Farhiati adalah bagaimana ekstensi BMT Ar-Rasyada Bertais Mataram dalam upaya meningkatkan pendapatan usaha kecil menengah dan bagaimana dampak ekstensi BMT Ar-Rasyada Bertais Mataram dalam upaya meningkatkan pendapatan usaha kecil menengah ditinjau dari Ekonomi Islam.

Ketiga penelitian di atas memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini, yaitu sama-sama masalah strategi dan kendala-kendala pada BMT Ar-Rasyada. Peneliti pertama hanya menekan pada kemampuan manajer dalam meningkatkan stabilitas perusahaan, kendala dan upaya yang dihadapi manajer dalam meningkatkan stabilitas perusahaan di BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram. Peneliti kedua, lebih menekan pada penerapan akad *Murabahah* pada pembiayaan mikro

dan jual beli merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan keunggulan kompetitif produk BSM cabang Mataram dan peneliti ketiga lebih menekankan pada bagaimana eksistensi BMT Ar-Rasyada Bertais Mataram dalam upaya meningkatkan pendapatan usaha kecil menengah dan dampak dari eksistensi tersebut.

## F. Kerangka Teoritik

### 1. Strategi

#### a. Pengertian strategi

Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Pengertian strategi secara umum dan khusus sebagai

berikut:

#### 1) Pengertian umum

Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai.

#### 2) Pengertian khusus

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan

berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti bisnis yang dilakukan.<sup>9</sup>

b. Bentuk strategi pemasaran

Adapun bentuk strategi pemasaran yang efektif meliputi strategi produk, harga, lokasi, dan promosi.

1) Strategi produk

Philip Kotler mengatakan bahwa strategi produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Dalam pemasaran produk, pelanggan akan memilih produk yang menawarkan mutu, kinerja terbaik dan inovatif dalam hal ini memuaskan perhatian untuk membuat produk yang lebih baik dan terus menyempurnakannya.<sup>10</sup>

2) Strategi harga

Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang

---

<sup>9</sup>P3EI UII-BI, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 87-88.

<sup>10</sup>Philip Ketrl. *Manajemen.....*, h.21.

ditawarkan. Penentuan harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Jika salah menentukan harga maka akan berakibat tyidak lakunya produk yang ditawarkan.<sup>11</sup>

Strategi harga harus ditentukan terlebih dahulu agar dalam pemasaran tidak memberikan harga sembarangan atau semaunya.

### 3) Strategi lokasi dan distribusi

Penempatan lokasi yang tepat juga merupakan starategi pemasaran yang harus dilaskukan. Lokasi yang strategis akan membuat nasabah mudah mengakses lokasi tersebut yang berimbab pada peningkatan jumlah nasabah. Sebelum produsen memasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan tentang pola distribusi yang akan dilakukan. Distribusi yang dilakukan berupa promosi tentang produk-produk yang ditawarkan oleh pihak bank. Untuk mendorong penjualan melalui saluran distribusi dapat dilakukan dengan memberikan diskon khusus, dan periklanan.<sup>12</sup>

### 4) Strategi promosi

Promosi adalah komunikasi yang persuasive, mengajak, mendesak, membujuk, dan meyakinkan.<sup>13</sup> Promosi yang dilakukan oleh pihak bankl merupakan sosialisasi untuk memasarkan produk dan menambah jumlah nasabah pada bank tersebut. Ada empat

---

<sup>11</sup> Assauri. *Manajemen....*, h. 176.

<sup>12</sup> Buchari Alma, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*, (Bandung: Alfabeta, 2007),. h. 204.

<sup>13</sup> M Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003),. h. 95.

macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan produknya, baik barang maupun jasa. Keempat macam sarana promosi itu yakni: periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisita (*publicity*), dan penjualan pribadi (*personal selling*).<sup>14</sup>

## 2. Laba/Keuntungan

### a. Pengertian laba/keuntungan

Laba dapat dibedakan menjadi dua, yakni secara ekonomi murni dan secara akuntansi. Laba dalam ilmu ekonomi dapat diartikan sebagai keuntungan yang didapat oleh seorang investor dalam suatu kegiatan bisnisnya. Hal ini tentu sudah dikurangi dengan biaya operasional yang ada di suatu bisnis yang dijalankan. Hal ini memberikan kemudahan dalam memahami laba atau yang secara umum dikenal dengan kata keuntungan. Sementara itu, laba menurut ilmu akuntansi adalah sebagai selisih antara harga penjualan dengan biaya yang dikeluarkan pada saat produksi.<sup>15</sup>

Menurut Horngren (1997), bahwa laba merupakan kelebihan total pendapatan dibandingkan total bebannya. Laba disebut juga dengan pendapatan bersih. Sedangkan menurut Hansen dan Mowen (2001) bahwa laba atau laba bersih merupakan laba operasi dikurangi

<sup>14</sup> Assauri, *Manajemen.....*, h. 183.

<sup>15</sup><http://pengertiandefinisi.com/pengertian-laba-definisi-ahli-dan-unsur-unsur-laba>. di ambil pada tanggal 18 mei 2016 jam 12.20 wita.

pajak, biaya bunga, biaya riset, dan pengembangan. Laba bersih disajikan dalam laporan rugi-laba dengan menyandingkan antara pendapatan dengan biaya.

b. Unsur-unsur laba/keuntungan

1) Pendapatan

Pendapatan merupakan suatu hasil dari apa yang dikerjakan oleh seseorang. Dapat juga diartikan sebagai gaji yang didapatkan setelah bekerja atau setelah melakukan suatu bisnis.

2) Beban

Beban merupakan hal yang harus dikeluarkan atau apa yang harus dipertanggungjawabkan seseorang untuk mendapatkan sebuah hasil yang diharapkan .

3) Biaya

Biaya adalah suatu yang harus dikorbankan dalam suatu bisnis atau usaha. Dalam hal ini, biaya dapat diartikan sebagai hal yang harus menjadi kas dalam suatu bisnis. Biyalah yang digunakan sebagai alat penggerak bisnis agar tetap berjalan dengan baik dan memberikan keuntungan yang sesuai dengan harapan.<sup>16</sup>

5) Untung-rugi

Keuntungan merupakan salah satu hal yang akan didapatkan oleh seseorang yang melakukan bisnis. Sedangkan

---

<sup>1</sup> *Ibid.*,

kerugian adalah suatu hal yang dihindari oleh semua pemilik usaha.<sup>17</sup>

c. Jenis-jenis laba/keuntungan

1) Laba kotor (*gross profit*)

Laba kotor adalah laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya laba keseluruhan yang pertama sekali perusahaan peroleh.

2) Laba bersih (*net profit*)

Laba bersih adalah laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak.<sup>18</sup>

## G. Metode Penelitian

### 1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian yang bersifat kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik, dan dengan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks

<sup>17</sup>*Ibid.*,

<sup>18</sup><http://adaddanuarta.blogspot.co.id/2014/11/laba-menurut-para-ahli>. di ambil pada tanggal 18 mei 2016 jam 12.20 wita.

khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.<sup>19</sup>

Adapun alasan-alasan penggunaan pendekatan kualitatif adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian dengan metode kualitatif lebih mudah bila berhadapan dengan kenyataan dilapangan.
- b. Membuat hubungan peneliti dengan responden menjadi lebih dekat, sehingga nantinya dapat memudahkan penulisan dalam mengakses data.
- c. Untuk menggali konsep-konsep yang sudah ada secara mendalam.

Jadi, tegasnya alasan penulisan menggunakan metode kualitatif dalam penelitian ini karena adanya pertimbangan, yakni agar dapat menganalisa secara langsung realita di lapangan, sehingga data yang diperoleh peneliti dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

Perpustakaan UIN Mataram

## **2. Kehadiran Peneliti**

Pada kehadiran peneliti ini, peneliti melibatkan diri di lapangan dan melakukan observasi untuk mengamati secara langsung terhadap objek penelitian. Dalam hal ini pelaku sebagai instrumen kunci sekaligus mengumpulkan data melalui wawancara dengan responden untuk mendapatkan data yang memadai tentang “analisis strategi yang

---

<sup>19</sup> Lexy J. Moleong. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009)., h. 6.

mempengaruhi tingkat keuntungan di BMT Ar-RAsyada Bertais Kota Mataram tahun 2015-2016”.

Untuk mendapatkan data yang akurat, peneliti dalam pelaksanaan penelitiannya menempuh beberapa tahap sebagai berikut:

- a. Tahap orientasi, yaitu mendapatkan gambaran umum tentang permasalahan yang diteliti.
- b. Tahap eksplorasi, yaitu tahap menyusun petunjuk dalam memperoleh data seperti observasi, wawancara, dokumentasi, tahap pengumpulan data, dan pelaporan hasil penelitian.
- c. Tahap pengecekan dan pengevaluasian data, tahap ini dimaksudkan untuk menjamin dan meningkatkan derajat keabsahan data.

Sehingga data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data kualitatif tentang “analisis strategi yang mnempengaruhi tingkat keuntungan di BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram”.

Perpustakaan UIN Mataram

### **3. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini adalah bertempat di depan pintu masuk Terminal Mandalika Bertais Kota Mataram jalan Sandubaya Blok G No. 25 pertokoan bertais Cakranegara Mataram. Lokasi ini selain mudah diakses dilengkapi juga dengan tempat parkir yang luas walaupun sederhana, tetapi ruangnya memadai untuk para nasabah.

#### **4. Sumber dan Jenis Data**

##### **a. Sumber data primer**

Dalam penelitian ini yang termasuk data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan. Terkait dengan masalah yang diteliti, maka sumber data primer yang diperoleh dari observasi dan wawancara langsung dengan karyawan BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram.

##### **b. Sumber data sekunder**

Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah bahan-bahan kepustakaa, seperti skripsi-skripsi, buku-buku, laporan yang terkait dengan masalah strategi yang mempengaruhi tingkat keuntungan BMT Ar-Rasyada.

#### **5. Prosedur pengumpulan data**

Untuk memperoleh data yang diperlukan, peneliti menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data, sebagai berikut:

##### **a. Observasi**

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan pancaindra mata sebagai alat utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Oleh karena itu observasi adalah kemampuan seseorang untuk

menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya.<sup>20</sup>

Metode ini digunakan peneliti untuk mengetahui data berupa gambaran secara umum dari tema penelitian, yaitu tentang keadaan lokasi penelitian, letak geografis dan keadaan lingkungan sekitar BMT.

#### b. Wawancara

Wawancara atau metode *interview* adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan responden atau orang yang diwawancarai dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara. Inti dan metode wawancara bahwa di setiap penggunaan metode ini selalu muncul beberapa hal, yaitu pewawancara, responden, materi wawancara dan pedoman wawancara.<sup>21</sup>

Metode wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah metode wawancara terstruktur, sehingga wawancara bisa terarah dan terstruktur. Pihak-pihak yang diwawancarai adalah karyawan BMT Ar-Rasyada itu sendiri.

#### c. Dokumentasi

Metode dokumenter adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sebagian data yang tersedia adalah berbentuk surat-surat, catatan harian, kenangan-kenangan, laporan dan sebagainya.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup>Prof. Dr. H. M. Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian sosial dan Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2013), h. 142-148.

<sup>21</sup>*Ibid.*, h. 133-134

<sup>22</sup>*Ibid.*, h. 153-154

Dokumentasi adalah setiap bahan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga yang dijadikan arsip. Metode dokumentasi ini dilakukan peneliti sebagai suatu pengumpulan data dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda dan sebagainya yang berkaitan dengan strategi, keuntungan di BMT Ar-Rasyada.

## **6. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah terkumpul adalah teknik analisis deduktif, dimana peneliti akan menganalisis dan mengkaji data-data yang terkumpul. Teknik analisis deduktif ini juga bisa disebut dengan teknik analisis kualitatif bentuk interaktif yang mana setiap data yang diperoleh dari beragam sumber data akan peneliti bandingkan dengan data atau arsip yang lain sehingga peneliti lebih memantapkan kesimpulan-kesimpulan yang akan peneliti coba untuk dikembangkan serta validitas datanya sesuai dengan yang diharapkan peneliti.

## **7. Validasi Data**

Keabsahan data bertujuan untuk membuktikan bahwa apa yang diamati oleh peneliti sesuai dengan apa yang sesungguhnya ada dalam kenyataan atau sesuai dengan apa yang terjadi, untuk keabsahan data

sehingga data tersebut benar-benar valid. Adapun teknik-teknik yang digunakan peneliti adalah:

a. Perpanjang waktu penelitian

Penelitian memerlukan perpanjangan waktu penelitian manakala data atau informasi yang diperoleh dianggap masih kurang memadai, hal ini dikarenakan perlunya hasil penelitian yang benar-benar menjawab rumusan penelitian.

b. Triagulasi

Triagulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar untuk itu keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap rumusan penelitian.

c. Membicarakan dengan teman sejawat

Teknik ini akan dilakukan dengan cara mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi analitik dengan rekan-rekan sejawat sehingga memiliki derajat keabsahan. Penggunaan teknik ini menunjukkan bahwa peneliti terbuka terhadap hasil interpretasi dengan menerima kritika dari luar yang berkaitan dengan data hasil temuan.

d. Kecukupan referensi

Referensi yang cukup adalah sebuah keharusan yang dipandang sangat perlu bagi kesempurnaan hasil penelitian ini. Oleh karena itu, referensi dianggap sangat penting dan peneliti selalu berupaya untuk memperbanyak referensi agar nantinya data dan informasi yang

diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara cerdas, ilmiah, dan professional.

## **8. Sistematika Pembahasan**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, dalam penulisannya mengacu kepada pedoman penulisan skripsi IAIN Mataram. Penulisan skripsi ini menggunakan bahasa Indonesia yang baik, baik mengenai struktur penulisan kalimat maupun kata dan juga menggunakan ejaan bahasa Indonesia yang disempurnakan dan sesuai dengan kamus besar bahasa Indonesia. Penelitian skripsi ini tersusun secara sistematis dalam empat bab:

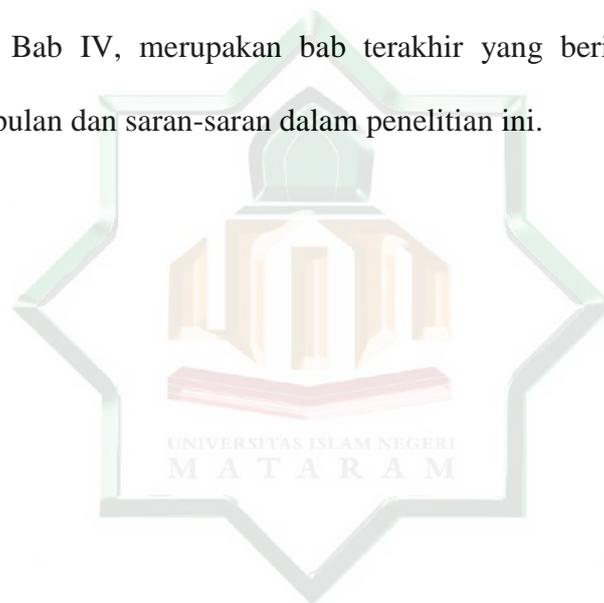
Bab I pendahuluan, penelitian mengungkapkan latar belakang masalah sehingga memunculkan keinginan mengkaji permasalahan yang menjadi tema dasar penelitian ini, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, dan kerangka teoritik yang menjadi acuan teori dari penelitian lapangan ini. Kemudian bab ini terdapat juga serangkaian teknis atau metode penelitian yang peneliti gunakan dalam melakukan penelitian dan termasuk didalamnya adalah pendekatan penelitian, kehadiran peneliti, sumber, dan jenis data teknik pengumpulan data, teknis analisis data, validitas data dan reliabilitas data serta sistematika penulisan.

Selanjutnya pada Bab II, yang berisi paparan data dari penelitian yang ditemukan di lapangan, dalam hal ini peneliti mencoba menggambarkan secara singkat tentang gambaran lokasi penelitian dan

temuan-temuan dalam melakukan penelitian serta tanggapan dari beberapa responden tentang pembahasan dari penelitian ini.

Pada bab III, berisikan tentang pembahasan dari penelitian ini yang termasuk di dalamnya adalah proses dari analisa peneliti dalam melakukan penelitian di lapangan berdasarkan dari temuan-temuan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya.

Bab IV, merupakan bab terakhir yang berisi penutup, memuat kesimpulan dan saran-saran dalam penelitian ini.



Perpustakaan UIN Mataram

## BAB II

### PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram

##### 1. Letak Geografis BMT Ar-Rasyada

Secara geografis BMT Ar-Rasyada beralamat dan berlokasi di Kompleks Pusat Pertokoan di Lingkungan Pasar Induk Bertais Jalan Sandubaya Blok G No. 10 Bertais, Mataram-NTB, memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut:

Sebelah utara : Terminal Bus, Warung dll.

Sebelah selatan : Warung Makanan

Sebelah barat : Toko Mayora dll.

Sebelah timur : Toko pakaian, tas, kebutuhan rumah tangga dll.<sup>23</sup>

Dilihat dari batas wilayah tersebut, maka secara geografis BMT Ar-Rasyada Mataram termasuk memiliki lokasi yang cukup strategis. Selain itu juga lokasi ini mudah dijangkau oleh angkutan umum seperti angkot, ojek atau alat transportasi lainnya, sehingga memudahkan calon *customer* untuk menuju BMT Ar-Rasyada.

---

<sup>23</sup> Observasi, BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram, tanggal 6 Mei 2016.

## 2. Sejarah Berdirinya BMT Ar-Rasyada

Sejarah berdirinya BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram berawal dari gagasan pak Ridwan Mas'ud yang memandang bahwa masyarakat kota Mataram perlu memiliki lembaga keuangan lokal yang berlandaskan syari'ah Islam guna membangun, memberdayakan, mensejahterakan, serta mengembangkan potensi ekonomi kerakyatan di kota Mataram. BMT Ar-Rasyada ini berdiri pada tanggal 23 Mei 2002, dengan No Badan Hukum : 518/045/BH/KOPERINDAG/2002.

Secara geografis BMT Ar-Rasyada ini berlokasi di kompleks pertokoan Bertais tepatnya di Jl. Sandubayan Blok G No. 24 pertokoan Bertais Cakranagara Mataram. Pada awalnya BMT Ar-Rasyada ini belum memiliki badan hukum namun setelah jalan beberapa bulan akhirnya secara resmi mempunyai badan hukum dengan nomor 518/046/BH/KOPERINDAG/2002. BMT Ar-Rasyada merupakan salah satu BMT yang beroperasi di kota Mataram.

Sejarah berdirinya BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram ini merupakan kekuatan dan kebulatan tekad perintisnya serta didukung oleh beberapa personil yang mempunyai komitmen dan pengabdian tinggi dalam membangun, meningkatkan perekonomian umat menuju kesejahteraan dan kemandirian.<sup>24</sup>

Hal yang demikian ini memang mutlak diperlukan dalam merintis sebuah BMT Ar-Rasyada agar mampu mengakar dalam masyarakat dan

---

<sup>24</sup> *Dokumentasi*, BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram, tanggal 6 Mei 2016

menjadi urat nadi perekonomian masyarakat. Sebagaimana lazimnya, BMT Ar-Rasyada berbasis Syariah. Kehadirannya ikut andil dalam meramaikan lahirnya lembaga-lembaga keuangan syariah yang kini semakin marak begitu juga kehadirannya menjadi sangat penting melihat sektor mikro yang merupakan basis layanan BMT Ar-Rasyada Bertais yang sama sekali belum tersentuh oleh akses pembiayaan syariah.

Berdirinya BMT ini dilatarbelakangi oleh:<sup>25</sup>

- a. Melemahnya perekonomian umat Indonesia secara umum dan NTB khususnya karena pelayanan lembaga keuangan tidak berpihak kepada masyarakat terlebih lagi golongan menengah kebawah.
- b. Banyaknya orang yang melaksanakan simpan pinjam dengan bunga seperti rentenir.
- c. Banyaknya koperasi atau sejenisnya yang operasionalnya tidak dengan hukum Islam.
- d. Kepercayaan masyarakat terhadap perbankan konvensional yang menurun sejak krisis ekonomi tahun 1997.<sup>26</sup>

Dengan demikian BMT Ar-Rasyada dimaksudkan untuk membantu ekonomi masyarakat menengah kebawah yang sulit dijangkau oleh Bank umum dan Bank Pengkreditan Rakyat. Membantu meringankan masyarakat dalam meminjam modal untuk pengembangan usaha yang masih tergantung pada rentenir. Prinsip operasional BMT Ar-Rasyada adalah hubungan kerja sama berdasarkan pada tatanan nilai syariah Islam.

---

<sup>25</sup> *Dokumentasi*, BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram, pada tanggal 6 Mei 2016.

<sup>26</sup> *Ibid.*,

BMT Ar-Rasyada adalah BMT yang mengelola umat dan kehadiran BMT Ar-Rasyada diharapkan ikut berperan dalam menghimpun muamalah yang mendukung penerapan hukum-hukum Islam dalam ekonomi, sehingga kepercayaan dan keyakinan lebih besar terhadap Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Untuk mengatasi perkembangan kedepan BMT Ar-Rasyada merencanakan untuk membentuk koperasi syariah. Dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, yang memungkinkan penerapan sistem operasi bagi hasil adalah perbankan dan koperasi.<sup>27</sup>

### 3. Nama Staf dan Jabatan Karyawan BMT Ar-Rasyada

**Tabel 2.1**  
**Nama Staf dan Jabatan Karyawan BMT Ar-Rasyada<sup>28</sup>**

NO	NAMA PEGAWAI	JABATAN
1.	Dr. Ridwan Mas'ud, M.Ag.	Manajer
2.	Raudatul Jannah, SE.	Wakil Manajer
3.	IR. Asmini	Pembukuan (Akunting)
4.	Ahmad Rifa'I, SH	Pembiayaan
5.	Subardan, SH	Penggalang Dana
6.	L. Ahyar	Penggalang Dana
7.	Wahyu Handayani	Penggalang Dana
8.	Eni Hidayati, S.Ei	Penggalang Dana

Pada tabel nama staf di BMT Ar-Rasyada tersebut dari tahun 2015 dan sampai saat ini pegawai yang menetap adalah sebanyak pegawai tahun 2015 yaitu 8 orang.

<sup>27</sup> *Ibid.*,

<sup>28</sup> Dokumentasi, BMT Ar-rasyada Bertais Kota Mataram, tanggal 1 Agustus 2016.

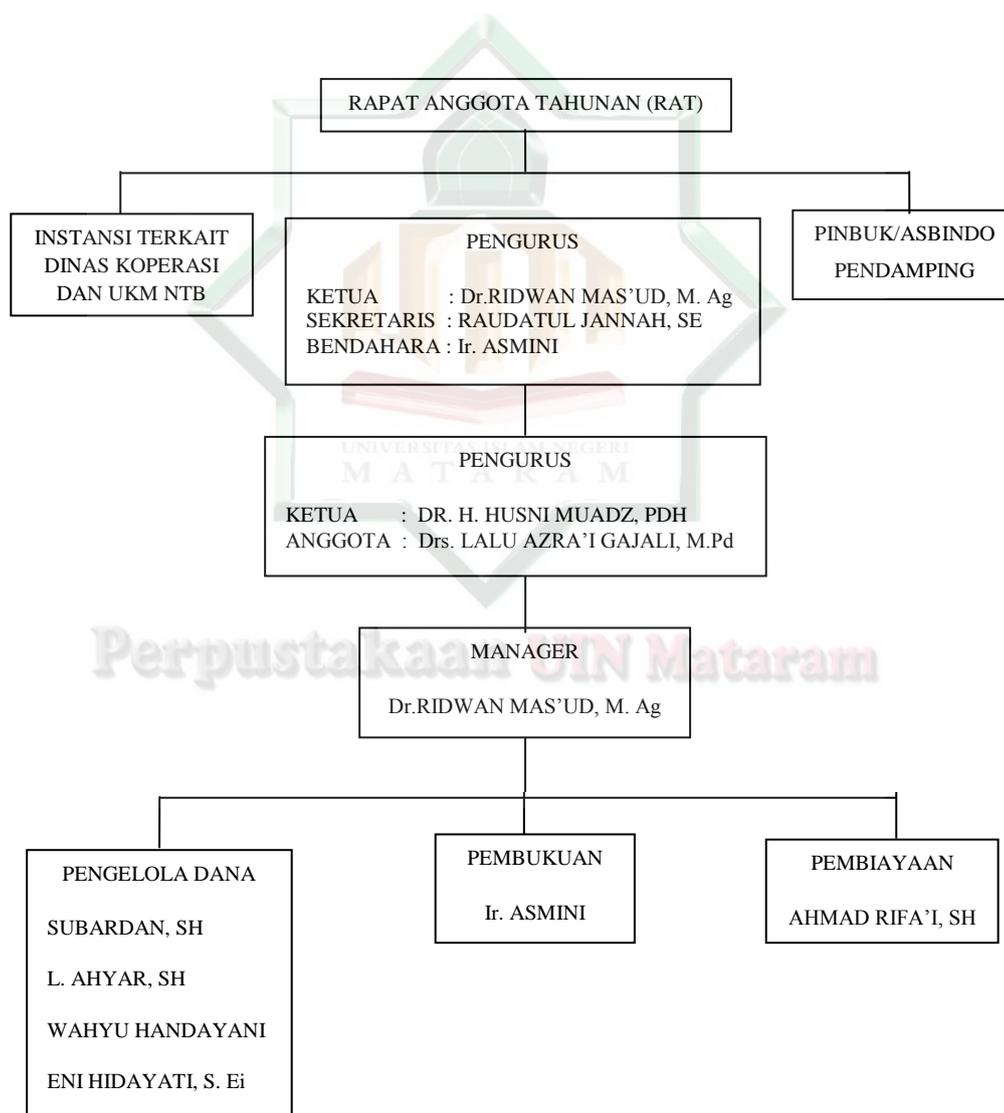
#### 4. Struktur Organisasi BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram

BMT Ar-Rasyada sebagai sebuah organisasi yang berbadan hukum memiliki komponen atau alat organisasi sebagai koperasi pada umumnya.

Struktur organisasi tersebut sebagai berikut:

**Gambar 2.1**

Struktur Pengurus BMT Ar-Rasyada Bertais Mataram.<sup>29</sup>



<sup>29</sup> Dokumentasi, *Papan Skema Struktur Organisasi Pengurus BMT Ar-Rasyada*, dikutip pada tanggal 1 Agustus 2016.

## 5. Produk-Produk yang ada di BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram

### a. Produk pembiayaan (*Leading*)

Adapun produk pembiayaan yang dijalankan oleh BMT Ar-Rasyada Bertais kota Mataram sebagai berikut:

#### 1) Pembiayaan *mudharabah* (jual-beli)

Pembiayaan *mudharabah* merupakan akad jual beli antara pihak BMT Ar-Rasyada dengan nasabah atas suatu jenis barang tertentu dengan harga yang disepakati bersama pihak BMT akan mengadakan barang yang dibutuhkan oleh nasabah dan menjualnya kembali dengan harga setelah ditambah dengan keuntungan yang disepakati. Pembayaran yang dilakukan secara angsur tanpa ada tambaha harga sampai pada masa akhir pembayaran.

#### 2) Pembiayaan *murabahah* (bagi hasil)

Pembiayaan *murabahah* merupakan akad kerja sama antara BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram selaku pemilik dana (*shahibul maal*) yang akan menyediakan seluruh kebutuhan modal dengan nasabah (*mudharib*) sebagai pihak yang mempunyai keahlian atau keterampilan tertentu, untuk mengelola usaha produktif dan sesuai syariah.<sup>30</sup>

#### 3) Pembiayaan *musyarakah* (bagi hasil bersyarikat)

Pembiayaan *musyarakah* merupakan akad kerjasama antara BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram atau beberapa mitra

---

<sup>30</sup>Dokumentasi, BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram, pada tanggal Mei 201

lembaga keuangan syariah lainnya dengan nasabah untuk melakukan atau mengelola suatu kegiatan usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana sesuai dengan porsi yang disepakati, sedangkan pengelola usaha tersebut dilakukan oleh nasabah sendiri.

4) Pembiayaan *ar-rahn* (pegadaian syariah)

Pembiayaan *ar-rahn* merupakan akad pemberian fasilitas pembiayaan oleh BMT Ar-Rasyada kepada nasabah dengan menyerahkan barang tertentu yang telah ditetapkan pihak BMT (seperti emas) sebagai jaminan bahwa fasilitas pembiayaan tersebut akan diselesaikan sesuai yang disepakati pihak BMT tidak akan menarik manfaat apapun dari barang yang digadaikan tersebut, kecuali biaya pemeliharaan dan keamanan saja.

5) Pembiayaan *al-qardh* (talang haji)

Pembiayaan *al-qardh* dalam bentuk dana talang haji merupakan akad pemberian pinjaman oleh pihak BMT Ar-Rasyada kepada nasabah yang hendak menunaikan ibadah haji sejumlah dana untuk mendapatkan quota haji lebih awal dengan perjanjian bahwa dana tersebut akan diangsur sesuai yang disepakati.<sup>31</sup>

b. Produk pendanaan (*funding*)

Produk pendanaan yang dikembangkan oleh BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram terdiri dari beberapa macam yaitu:

---

<sup>31</sup> *Ibid.*,

1) Tabungan *mudharabah*

Tabungan *mudharabah* merupakan tabungan yang dilakukan berdasarkan akad *mudharabah* yang pengambilannya dapat dilakukan kapan saja, dengan nisbah bagi hasil sesuai yang disepakati dan telah ditetapkan oleh BMT Ar-Rasyada mataram.

Sistem produk tabungan *mudharabah* yang diterapkan dalam menyelesaikan suatu akad dalam BMT Ar-Rasyada yaitu dengan *profit sharing* atau bagi hasil yang dimana pemilik dana menyerahkan sejumlah uang 100% kepada nasabah atau pengelola dana untuk dijalankan dalam suatu usaha dagang atau usaha lainnya dengan keuntungan menjadi milik antara nasabah dan BMT Ar-Rasyada yaitu dengan keuntungan dibagi menjadi 70%:30% yang dimana pemilik dana mengambil keuntungan 70 dan nasabah 30 dan ini merupakan suatu kesepakatan yang ditentukan oleh kedua belah pihak dalam akad awal. Yang bertanggung jawab dalam menangani jika terjadi suatu kerugian disini adalah BMT Ar-Rasyada itu sendiri kecuali jika salah satu nasabah melakukan kesalahan yang disengaja, lalai atau menyalahi perjanjian.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> *Ibid.*,

2) Tabungan haji

Tabungan haji merupakan tabungan yang direncanakan sebagai dana untuk menunaikan ibadah haji bagi nasabah yang hendak menunaikannya, yang pengambilannya tidak dapat dilakukan kecuali untuk tujuan dan saat akan menunaikan ibadah haji.

3) Tabungan *tilmidziun/ mudharabah* pendidikan

Tabungan *tilmidziun* merupakan tabungan khusus untuk siswa yang memiliki rencana melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, dimana dana tersebut tidak dapat diambil kecuali pada saat siswa yang bersangkutan tamat dari jenjang yang sedang dijalannya dan akan melanjutkannya ke jenjang yang lebih tinggi.<sup>33</sup>

4) Tabungan *mudharabah* qurban

Tabungan *mudharabah* qurban merupakan bentuk tabungan yang dipersiapkan oleh nasabah yang hendak melakukan qurban pada hari raya qurban yang dikemas dalam bentuk akad *mudharabah* yang tidak dapat diambil sewaktu-waktu kecuali pada saat melakukan qurban tersebut. Nasabah berhak mendapatkan bagi hasil dari simpanan yang dimilikinya, namun hanya dapat diambil pada saat melakukan qurban itu juga.

---

<sup>33</sup> *Dokumentasi*, BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram, pada tanggal 6 Mei 2016.

5) Tabungan *saras*

Tabungan *saras* merupakan tabungan khusus untuk mereka yang mengajukan perumahan dan hanya dapat diambil pada saat realisasi dana perumahan tersebut. Tabungan *saras* bersifat titipan murni, yaitu nasabah tidak mendapatkan bagi hasil dari tabungannya.

Tabungan *saras* diprioritaskan bagi nasabah yang memiliki rumah yang tidak layak huni untuk mendapatkan subsidi perumahan dari pemerintahan yang dimediasi oleh BMT Ar-Rasyada Mataram dengan syarat bahwa nasabah tersebut harus menaruh dananya sejumlah yang ditetapkan oleh pihak BMT sesuai yang disepakati bersama.

6) Tabungan *Wadi'ah*

Tabungan *wadi'ah* dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu:

a) Tabungan *wadi'ah yad amanah*

Tabungan *wadi'ah yad amanah* merupakan akad penitipan barang/uang dimana pihak penerima titipan (BMT Ar-Rasyada Bertais Mataram) tidak diperkenankan menggunakan barang/uang tersebut serta tidak bertanggung jawab atas hilang atau rusaknya barang titipan tersebut yang tidak disebabkan oleh kelalaian pihak BMT Ar-Rasyada

Bertais Kota Mataram. Pihak BMT mendapatkan keuntungan hanya dari jasa penitipan dan pengamanan barang/uang.<sup>34</sup>

b) Tabungan *wadi'ah yad dhamanah*

Tabungan *wadi'ah yad dhamanah* merupakan akad penitipan barang/uang dimana pihak penerima titipan (BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram) dengan atau tanpa izin barang/uang tersebut pada usaha produktif dan halal serta bertanggung jawab atas hilang atau rusaknya barang tersebut.

Konsekuensi dari akad ini, pemilik barang/uang berhak mendapatkan bagi hasil keuntungan dari barang/uang yang dititipkannya sesuai yang disepakati.

7) Tabungan *aksesos* (asuransi)

Tabungan asuransi *aksesos* sistem perlindungan untuk memberikan jaminan pertanggungan dalam bentuk pengganti pendapatan keluarga bagi masyarakat sebagai pekerja mandiri disektor informal terhadap resiko menurutnya tingkat kesejahteraan sosial akibat pencari nafkah utama menderita sakit, mengalami kecelakaan atau meninggal dunia yang belum terjangkau asuransi lain.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> *Ibid.*,

<sup>35</sup> *Ibid.*,

#### 8) Deposito *mudharabah*

Deposito *mudharabah* merupakan simpanan yang dilakukan dengan akad *mudharabah* yang pengambilannya tidak dapat dilakukan sewaktu-waktu seperti halnya tabungan, melainkan sesuai dengan rentang waktu yang telah ditetapkan dan telah disepakati bersama.<sup>36</sup>

#### c. Produk Unggulan BMT Ar-Rasyada

Adapun produk unggulan BMT Ar-Rasyada adalah tabungan *mudharabah* dan pembiayaan *murabahah*. Tabungan *mudharabah* merupakan tabungan yang dilakukan berdasarkan akad *mudharabah* yang pengambilannya dapat dilakukan kapan saja, dengan nisbah bagi hasil sesuai yang disepakati dan telah ditetapkan oleh BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram. Sedangkan Pembiayaan *murabahah* merupakan akad kerja sama antara BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram selaku pemilik dana (*shahibul maal*) yang akan menyediakan seluruh kebutuhan modal dengan nasabah (*mudharib*) sebagai pihak yang mempunyai keahlian atas keterampilan tertentu, untuk mengelola usaha produktif dan sesuai syariah.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Dokumentasi, BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram, pada Tanggal 9 Agustus 2016.

<sup>37</sup> Raudatul Jannah, (Selaku Sekretaris BMT Ar-Rasyada Bertais Mataram), *Wawancara*. Tanggal 9 Agustus 2016.

## B. Data Nasabah Tahun 2015-2016

### 1. Data Nasabah Tahun 2015

**Tabel 2.2**  
**Data Nasabah Tahun 2015<sup>38</sup>**

Bulan	Jumlah
Januari	2871
Februari	2935
Maret	3057
April	3112
Mei	3120
Juni	3188
Juli	3203
Agustus	3260
September	3280
Oktober	3309
November	3455
Desember	3612

### 2. Data Nasabah Tahun 2016

**Tabel 2.3**  
**Data Nasabah Tahun 2016<sup>39</sup>**

Bulan	Jumlah
Januari	3660
Februari	3691
Maret	3709
April	3740
Mei	3759
Juni	3935
Juli	4671
Agustus	4721
September	4805

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti, bahwa dari tahun ke tahun jumlah nasabah BMT Ar-Rasyada terus meningkat dan

<sup>3</sup> *Dokumentasi*, BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram, tanggal 6 Desember 2016.

<sup>39</sup> *Dokumentasi*, BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram, tanggal 6 Desember 2016.

setiap bulan dalam menjalankan strategi BMT Ar-Rasyada dengan jelas menunjukkan adanya peningkatan pada jumlah nasabah seperti yang tertera pada tabel di atas, maka dari itu kita mengetahui bahwa menerapkan strategi-strategi yang jitu merupakan suatu hal yang sangat penting untuk mengambil hati nasabah maupun mempertahankan minat nasabah baik nasabah penabung, pembiayaan, dan lain-lain.

### C. Data Tingkat Keuntungan BMT Ar-Rasyada Tahun 2015-2016

#### 1. Data Tingkat Keuntungan Tahun 2015

**Tabel 2.2**  
**Data Tingkat Keuntungan Tahun 2015<sup>40</sup>**

Bulan	Laba	Porsentase
Januari	Rp. 5.070.511.00	4,7 %
Februari	Rp. 10.496.809.00	9,7 %
Maret	Rp. 9.871.316.00	9,2 %
April	Rp. 8.591.121.00	8 %
Mei	Rp. 12.250.124.00	11,4 %
Juni	Rp. 11.091.810.00	10,3 %
Juli	Rp. 7.433.211.00	6,9 %
Agustus	Rp. 9.500.412.00	8,8 %
September	Rp. 8.114.010.00	7,5 %
Oktober	Rp. 7.811.083.00	7,2 %
November	Rp. 6.945.255.00	6,4 %
Desember	Rp. 9.985.351.00	9,3 %
<b>Total</b>	<b>Rp. 107.161.013.00</b>	<b>8,2 %</b>

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa tingkat keuntungan pada bulan Januari yaitu 4,7% meningkat pada bulan Februari sebesar 9,7% dikarenakan semakin meningkatnya nasabah pembiayaan. Bulan

<sup>40</sup> Raudatul Jannah, (selaku sekretaris BMT Ar-Rasyada Mataram), wawancara, tanggal 9 Agustus 2016.

Maret tingkat keuntungan mencapai 9,2% bulan April menurun menjadi 8% dan pada bulan Mei meningkat menjadi 11,4% bulan Juni keuntungan menurun menjadi 10,3% begitupun bulan Juli menurun sehingga keuntungan pada bulan ini sebesar 6,9% Agustus meningkat lagi menjadi 8,8% kembali menurun pada bulan September 7,5% Oktober 7,2% dan November 6,4% dikarenakan adanya nasabah pembiayaan yang tidak membayar kewajiban disebabkan nasabah tersebut merantau ke negeri seberang (malasia) sehingga lupa akan kewajibannya. Tapi pada bulan Desember kembali meningkat yaitu 9,3%. Berdasarkan data pada keuntungan BMT dikatakan bahwa keuntungan di BMT tidak selalu meningkat justru mengalami penurunan.

## 2. Data Tingkat Keuntungan Tahun 2016

**Tabel 2.3**  
**Data Tingkat Keuntungan Tahun 2016<sup>41</sup>**

Bulan	Laba	Porsentase
Januari	Rp. 11.969.869.00	10,8 %
Februari	Rp. 12.768.790.00	11,6 %
Maret	Rp. 11.989.975.00	10,8 %
April	Rp. 10.995.851.00	9,9 %
Mei	Rp. 11.765.839.00	10,6 %
Juni	Rp. 11.896.930.00	10,8 %
Juli	Rp. 12.789.898.00	11,6 %
Agustus	Rp. 12.856.796.00	11,6 %
September	Rp. 12.989.886.00	11,8 %
<b>Total</b>	<b>Rp. 110.023.834.00</b>	<b>11 %</b>

<sup>41</sup> Raudatul Jannah, (selaku sekretaris BMT Ar-Rasyada Mataram), wawancara, tanggal 9 Agustus 2016.

Dari tabel diatas tingkat keuntungan bulan Januari yaitu 10,8% Februari Meningkat menjadi 11,6% dikarenakan adanya pembiayaan *mudharabah* (jual-beli) sehingga BMT mendapat keuntungan dengan menyediakan barang tersebut dengan harga yang disepakati bersama termasuk dengan keuntungannya. Pada bulan Maret menurun sehingga keuntungan menjadi 10,8% dan bulan April kembali menurun menjadi 9,9% disebabkan adanya pembiayaan bermasalah yaitu adanya pembiayaan yang tidak lancar oleh nasabah dan pada bulan April kembali meningkat, yaitu 10,6% begitupun bulan Mei 10,8% Juni 11,6% Juli 11,7% Agustus 11,6% dan September 11,8% dikarenakan adanya tabungan *Wadiah yad amanah* (akad penitipan barang/uang) dan semakin banyaknya pembiayaan yang diberikan kepada nasabah yang membutuhkan dana untuk usaha, sehingga tingkat keuntungan pada tahun 2016 sebesar Rp. 110.023.834.00 atau 11% dan dapat dikatakan bahwa keuntungan mengalami fluktuatif pada tahun 2016 jika dibandingkan pada tahun sebelumnya.<sup>42</sup>

### **C. Strategi yang Mempengaruhi Tingkat Keuntungan BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram Tahun 2015-2016.**

Dalam menjalankan kegiatan usahanya sebagai lembaga keuangan syari'ah yang menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat, diperlukan adanya usaha dan strategi agar masyarakat berminat menginvestasikan dananya dan melakukan pembiayaan di BMT Ar-Rasyada.

---

<sup>42</sup> Raudatul Jannah (selaku sekretari BMT Ar-Rasyada), *Wawancara*, 21 Oktober 2016.

Strategi dalam mempertahankan stabilitas perusahaan adalah hal yang paling penting bagi perusahaan, terlebih dalam berinovasi untuk memajukan eksistensi perusahaan itu sendiri, serta dalam rangka memuaskan setiap konsumen. Strategi merupakan salah satu kebutuhan yang sangat urgen, guna meningkatkan dan menumbuhkan perusahaan itu sendiri. Disisi lain, lembaga juga harus memutuskan bagaimana memposisikan diri berhadapan dengan persaingan global, agar dapat bersaing secara sehat dan memperoleh keuntungan yang diharapkan.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan terhadap staf/karyawan BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram memiliki cara tersendiri dalam memasarkan produk-produknya maupun mempertahankan kelangsungan hidup lembaga dan meningkatkan pertumbuhannya diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Melakukan sosialisasi kepada masyarakat dengan melakukan pendekatan kekeluargaan.

Mensosialisasikan BMT di lingkungan masyarakat agar lembaga BMT bisa secara langsung memahami pasar, dan pihak BMT bisa menyediakan produk dan jasa yang dibutuhkan masyarakat sesuai dengan permintaan masyarakat, dengan demikian pihak BMT bisa membaca peluang seberapa besar pengaruh lembaga keuangan syariah dan agar kedepannya bisa menguasai pasar secara keseluruhan.

## 2. Strategi jemput bola

Sama seperti BMT lainnya, BMT Ar-Rasyada juga menggunakan sistem jemput bola, yaitu petugas langsung mendatangi nasabah di rumah-rumah atau di tempat mereka berusaha, karena petugas lebih leluasa menjelaskan dalam memasarkan produk BMT Ar-Rasyada kepada calon nasabah.

Untuk memberikan pelayanan serta kemudahan kepada nasabahnya, baik dalam menabung maupun dalam setoran pinjaman, BMT Ar-Rasyada melakukan sistem jemput bola, yakni dengan mendatangi nasabah. Dalam melakukan strategi pemasaran seperti itu merupakan suatu pelayanan dan disamping itu pula agar tetap menjalin hubungan yang baik antara nasabah dengan pihak BMT.<sup>43</sup>

Jemput bola, dapat pula dipahami sebagai upaya BMT Ar-Rasyada dalam mengembangkan tradisi silaturahmi antara pihak BMT dan nasabah. Dari jemput bola inilah kemudian terbina ikatan persaudaraan yang baik antara pihak BMT dengan nasabah. Jika keadaan ini terwujud dan rutin dilaksanakan, BMT Ar-Rasyada akan lebih cepat dikenal di masyarakat. Dan secara tidak langsung akan mendorong dari pada keuntungan BMT tersebut.

---

<sup>43</sup> Raudatul Jannah, (selaku sekretaris BMT Ar-Rasyada Mataram), *wawancara*, tanggal 9 Agustus 2016.

### 3. Dakwah/pengajian

Dakwah/pengajian merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram untuk menjaring nasabah baik pembiayaan maupun nasabah penabung dll. Adapun tujuan dari strategi ini adalah mengajak masyarakat pada umumnya dan anggota organisasi BMT Ar-Rasyada pada khususnya untuk bergabung menjadi anggota BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram, sebagaimana dikemukakan oleh bapak Supardan selaku pegawai lapangan BMT Ar-Rasyada.<sup>44</sup>

Strategi-strategi yang diterapkan oleh manajemen pemasaran pada setiap lembaga keuangan memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk mendapatkan keuntungan pada umumnya. selain itu juga tujuan dari penerapan strategi pemasaran yaitu agar suatu perusahaan atau lembaga keuangan tetap eksis. Agar suatu lembaga keuangan tetap eksis, tentu dari pihak lembaga keuangan tersebut harus menerapkan strategi-strategi yang efektif dan sesuai dengan kondisi masyarakat.

#### b) Melayani dengan cepat dan tepat

Konsumen atau nasabah adalah adalah raja. Melayani seseorang pelanggan atau nasabah secara baik adalah suatu keharusan agar pelanggan merasa puas dan menjadi pelanggan setia. Pelanggan merasa puas atas pelayanan akan sedikit banyak akan membuat virus pemasaran terbaik tanpa perintah, apalagi pelayanan tersebut dilakukan dengan cepat dan

---

<sup>44</sup> Supardan, (karyawan BMT Ar-Rasyada), wawancara "Observasi Awal", Pada tanggal 6 Mei 2016.

tepat. Para pelanggan dengan suka rela menceritakan hal-hal yang terbaik atas pelayanan dalam bisnis tersebut. Dengan beberapa tambahan pelanggan, dan pasti akan meningkatkan penghasilan dan keuntungan lembaga tersebut.

c) Menjaga kepercayaan masyarakat

BMT Ar-Rasyada senantiasa selalu menjaga kepercayaan masyarakat, artinya tidak ada unsur penipuan ataupun merugikan nasabah itu sendiri maupun pihak BMT.

d) Espansi penabung dan mengintensipkan penagihan pembiayaan agar tidak terjadi kemacetan.

Espansi penabung dan mengintensipkan penagihan pembiayaan agar tidak terjadi kemacetan adalah memperluas daripada jaringan pencarian nasabah untuk menarik nasabah penabung di luar dari pada daerah-daerah bertais dan senantiasa bersungguh-sungguh melakukan usaha penagihan pembiayaan.

7. Memberikan pinjaman pembiayaan sebanyak-banyaknya.

Artinya pihak BMT memberikan pinjaman sebanyak-banyaknya kepada nasabah yang membutuhkan dana lebih tepatnya nasabah yang membutuhkan dana untuk usaha-usaha produktif. Dengan seperti itu akan menumbuhkan keuntungan dari pada BMT.

8. Strategi Lokasi

Dalam persaingan yang ketat penentuan lokasi mempunyai pengaruh yang cukup signifikan dalam aktivitas penghimpun dana

masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Apabila lokasi sudah ditentukan maka perlu pula disertai dengan perencanaan ruangan, tata ruang serta interior bangunan, perpakiran dan keamanan. Tujuan penentuan lokasi dan ruang untuk mendukung keunggulan sumber daya manusia serta yang dimiliki oleh lembaga tersebut.<sup>45</sup>

#### **D. Faktor yang menjadi Penghambat atau Kendala dalam Meningkatkan Keuntungan BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram Tahun 2015-2016.**

Berdasarkan paparan dari Ibu Raudatul Jannah selaku sekretaris manajemen BMT Ar-Rasyada bahwa dalam meningkatkan keuntungan atau mengembangkan BMT Ar-Rasyada tidak terlepas dari faktor-faktor yang menjadi kendala dan hambatan dalam meningkatkan keuntungan tersebut. Adapun bentuk kendala-kendala yang dihadapi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Ketika nasabah yang melakukan pinjaman rugi dalam usahanya.

Ketika nasabah rugi dalam usaha yang dilakuka otomatis nasabah tersebut tidak mampu membayar iuran pembiayaan yang dipinjamnya dan disitu tentu pihak BMT mengalami kerugian, dan berdampak pada menurunnya tingkat keuntungan BMT itu sendiri.

---

<sup>45</sup> Raudatul Jannah (selaku sekretari BMT Ar-Rasyada), *Wawancara*, pada tanggal 9 Agustus 2016.

## 2. Faktor sosial

Faktor sosial yang dimaksud disini adalah terjadinya kawin cerai pada nasabah pembiayaan maupun nasabah penabung, jika kawin cerai ini terjadi pihak nasabah tidak mampu membayar uang pinjaman dan menabung seperti biasanya. Dan itu berdampak pada penghasilan serta keuntungan BMT sehingga memicu turunnya keuntungan BMT tersebut.

## 3. Hari-hari besar

Menjelang hari-hari besar seperti maulid, hari raya idul fitri, hari raya qurban dll, biasanya nasabah penabung yang menabung uang di BMT khususnya BMT Ar-Rasyadah banyak melakukan penarikan terhadap uang tabungan mereka untuk kebutuhan menyambut hari-hari tersebut. Disitu memicu kurangnya uang masuk pada BMT sehingga menurunnya pendapatan BMT tersebut.

## 4. Pembiayaan bermasalah

Pembiayaan bermasalah adalah pembiayaan yang telah terjadi kemacetan antara pihak debitur yang tidak bisa memenuhi kewajiban kepada pihak kreditur. Pembiayaan bermasalah ini dapat berupa, pembiayaan yang tidak lancar, pembiayaan dimana debitur tidak memenuhi persyaratan yang dijanjikan, pembiayaan yang tidak menempati jadwal angsuran, serta pembiayaan yang memiliki potensi merugikan pihak BMT. Artinya jika terjadi pembiayaan bermasalah otomatis pihak

BMT mengalami kerugian dan berakhir dengan berkurangnya keuntungan BMT itu sendiri.<sup>46</sup>



Perpustakaan UIN Mataram

---

<sup>46</sup>Raudatul Jannah, (selaku sekretaris BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram) *Wawancara*, Pada tanggal 9 Agustus 2016.

## **BAB III**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Analisis Strategi yang Mempengaruhi Tingkat Keuntungan BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram Tahun 2015-2016.**

Suatu produk tidak akan dibeli bahkan tidak dikenal apabila konsumen tidak mengetahui kegunaannya, dimana produk dapat diperoleh dan berapa harganya. Untuk itulah konsumen menjadi sasaran produk dan jasa perusahaan perlu diberikan informasi yang jelas. Maka peranan promosi berguna untuk memberikan informasi kepada konsumen untuk menarik minat pembeli produk atau jasa yang ada diperusahaan tersebut.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya sebagai lembaga keuangan syari'ah yang menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat, diperlukan adanya usaha dan strategi agar masyarakat berminat menginvestasikan dananya dan melakukan pembiayaan di BMT Ar-Rasyada. Strategi dalam mempertahankan stabilitas perusahaan adalah hal yang paling penting bagi perusahaan, terlebih dalam berinovasi untuk memajukan eksistensi perusahaan itu sendiri, serta dalam rangka memuaskan setiap konsumen. Strategi merupakan salah satu kebutuhan yang sangat urgen, guna meningkatkan dan menumbuhkan perusahaan itu sendiri. Disisi lain, lembaga juga harus memutuskan bagaimana memposisikan diri berhadapan dengan persaingan global, agar dapat bersaing secara sehat dan memperoleh keuntungan yang diharapkan.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan terhadap staf/karyawan BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram memiliki cara tersendiri dalam memasarkan produk-produknya maupun mempertahankan kelangsungan hidup lembaga dan meningkatkan pertumbuhannya diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Melakukan sosialisasi kepada masyarakat dengan melakukan pendekatan kekeluargaan.

Untuk memperkenalkan suatu produk yang baru sangatlah perlu strategi pemasaran yang praktis untuk kalangan masyarakat sekitar. Pola dan sistem pemasaran BMT yang diterapkan selama ini sangatlah membantu untuk menambah modal dalam meningkatkan usaha yang dijalankan nasabah.

Dalam mengembangkan usahanya, BMT Ar-Rasyada memperkenalkan produk-produknya dengan sosialisasi. Pada tahap awal berdirinya perusahaan (2002) kegiatan promosi masih dilakukan dengan cara yang sangat sederhana yaitu dengan memperkenalkan produknya dari mulut ke mulut dan selanjutnya dalam mengembangkannya baik keuntungan maupun mempertahankan minat nasabahnya BMT Ar-Rasyada pada tahun-tahun selanjutnya menyesuaikan dengan perkembangan dunia promosi sekarang.

Mensosialisasikan produk BMT di lingkungan masyarakat agar lembaga BMT bisa secara langsung memahami pasar, dan pihak BMT bisa menyediakan produk dan jasa yang dibutuhkan masyarakat sesuai dengan permintaan masyarakat, dengan demikian pihak BMT bisa membaca

peluang seberapa besar pengaruh lembaga keuangan syariah dan agar kedepannya bisa menguasai pasar secara keseluruhan.

## 2. Strategi jemput bola

Semua usaha membutuhkan metode promosi dengan teknik jemput bola. Metode ini sangat efektif dilakukan khususnya bagi mereka yang tidak memiliki modal kuat untuk memiliki tempat usaha di lokasi yang strategis, tidak memiliki cukup dana untuk beriklan dan belum memiliki merek dagang (*brand image*) yang kuat. Intinya bagi para pelaku usaha yang baru meluncurkan produk-produk baru disarankan untuk melakukan upaya jemput bola. Memang dibutuhkan kerja keras, namun sebagaimana Billi PS. Liem (motivator bisnis dari Malaysia) mengatakan bahwa keberhasilan bisnis itu ditentukan oleh 99% keringat dan 1% keberuntungan. Oleh karena itu, metode jemput bola termasuk dalam upaya 99% keringat (kerja keras) yang diharapkan akan membuahkan hasil yang manis di kemudian hari.<sup>47</sup>

Sama seperti BMT lainnya, BMT Ar-Rasyada juga menggunakan sistem jemput bola, yaitu petugas langsung mendatangi nasabah di rumah-rumah atau di tempat mereka berusaha karena petugas lebih leluasa menjelaskan dalam memasarkan produk BMT Ar-Rasyada kepada calon nasabah.

---

<sup>47</sup><https://arsipbisnis.wordpress.com/2008/09/21/jenis-usaha-yang-tepat-untuk-teknik-promosi-jemput-bola>. di Unduh pada Tanggal 20 Agustus 2016 Jam 11.10 Wita.

Untuk memberikan pelayanan serta kemudahan kepada nasabahnya, baik dalam menabung maupun dalam setoran pinjaman, BMT Ar-Rasyada melakukan sistem jemput bola, yakni dengan mendatangi nasabah. Dalam melakukan strategi pemasaran seperti itu merupakan suatu pelayanan dan disamping itu pula agar tetap menjalin hubungan yang baik antara nasabah dengan pihak BMT.<sup>48</sup>

Jemput bola, dapat pula dipahami sebagai upaya BMT Ar-Rasyada dalam mengembangkan tradisi silaturahmi antara pihak BMT dan nasabah. Dari jemput bola inilah kemudian terbina ikatan persaudaraan yang baik antara pihak BMT dengan nasabah. Jika keadaan ini terwujud dan rutin dilaksanakan, BMT Ar-Rasyada akan lebih cepat di kenal di masyarakat. Dan secara tidak langsung akan mendorong dari pada keuntungan BMT tersebut.

### 3. Dakwah/pengajian

Dakwah/pengajian merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram untuk menjaring nasabah baik pembiayaan maupun nasabah penabung dll. Adapun tujuan dari strategi ini adalah mengajak masyarakat pada umumnya dan anggota organisasi BMT Ar-Rasyada pada khususnya untuk bergabung menjadi anggota BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram, sebagaimana

---

<sup>48</sup> Raudatul Jannah, (selaku sekretaris BMT Ar-Rasyada Mataram), *wawancara*, tanggal 9 Agustus 2016.

dikemukakan oleh bapak Supardan selaku pegawai lapangan BMT Ar-Rasyada.<sup>49</sup>

Pengajian rutin dilakukan dengan berkala (misalnya satu sampai dua kali selama satu minggu) tapi yang dilakukan BMT Ar-Rasyada adalah satu kali dalam seminggu yaitu pada malam minggu bertempat bisa di pasar, mesjid dll, materinya bisa berkaitan dengan akhlak dan muamalah. Dalam materi dibicarakan masalah-masalah konkrit kegiatan usaha para anggota. Adanya kegiatan ini juga bagaimana pihak BMT dapat mengecek kehadiran para anggota dan komitmennya pada kebersamaan.

Strategi-strategi yang diterapkan oleh manajemen pemasaran pada setiap lembaga keuangan memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk mendapatkan keuntungan pada umumnya. Selain itu juga tujuan dari penerapan strategi pemasaran yaitu agar suatu perusahaan atau lembaga keuangan tetap eksis. Agar suatu lembaga keuangan tetap eksis, tentu dari pihak lembaga keuangan tersebut harus menerapkan strategi-strategi yang efektif dan sesuai dengan kondisi masyarakat atau kebutuhan masyarakat.

#### 4. Melayani dengan cepat dan tepat

Konsumen atau nasabah adalah raja. Melayani seorang pelanggan atau nasabah secara baik adalah suatu keharusan agar pelanggan merasa puas dan menjadi pelanggan setia. Pelanggan merasa puas atas pelayanan akan sedikit banyak akan membuat virus pemasaran terbaik tanpa

---

<sup>49</sup> Supardan, (karyawan BMT Ar-Rasyada). *Wawancara "Observasi Awal"*, Pada tanggal 6 Mei 2016.

perintah, apalagi pelayanan tersebut dilakukan dengan cepat dan tepat. Para pelanggan dengan suka rela menceritakan hal-hal yang terbaik atas pelayanan dalam bisnis tersebut. Dengan beberapa tambahan pelanggan, dan pasti akan meningkatkan penghasilan dan keuntungan lembaga tersebut.<sup>50</sup>

Perlu diketahui bahwa kepuasan konsumen bisa mempengaruhi berjalan dan berkembangnya perusahaan. Walaupun perusahaan mempunyai produk dengan kualitas prima apabila disampaikan kepada konsumen dengan cara yang tidak simpatik, cepat dan tepat dapat mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan.

Pelayanan juga termasuk dalam memenuhi kepuasan konsumen. Hal ini bisa dilakukan dengan memberikan keringanan pada konsumen yang tidak sanggup membayar kontan hendaknya diberi tempo untuk melunasinya. Karena setiap pelanggan mempunyai sifat dan karakter yang berbeda-beda. Karakter yang berbeda menuntut yang berbeda pula dari karyawan.

Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. *Service* berarti mengerti, memahami dan merasakan sehingga penyampaiannya pun akan menyentuh hati konsumen dan pada akhirnya bisa mempertahankan pelanggan. Dengan adanya kepuasan yang tertanam

---

<sup>50</sup><http://akharisyuli.blogspot.co.uk/2011/06/trik-bisnis-cara-melayani-pelanggan.html>. di unduh pada tanggal 10 Agustus 2016.

pada konsumen, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak diragukan.

Dan tak kalah pentingnya usaha untuk mencapai pendapatan yang halal tentunya dengan tidak mengurangi dalam memenuhi kewajiban yang lebih utama. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis untuk bersikap profesional yakni dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyalahgunakan amanat yang menjadi tanggung jawab.<sup>51</sup>

Islam adalah agama yang universal, mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun jasa hendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.

Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267:

Artinya: hai orang-orang yang beriman, nafkakanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usaha mu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan menicingkan mata didepannya. Dan ketahuilah bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji. (Q.S Al-Baqarah “: 267).<sup>52</sup>

Pentingnya memberikan pelayanan prima kepada orang lain (nasabah) merupakan tanggung jawab sebuah lembaga, disebabkan pelayanan (service) tidak hanya sebatas memberi, mengantarkan atau melayani.

---

<sup>51</sup>Febi Wulandari “Strategi Pemasaran Usaha Roti Carolina’s Sumbawa Besar dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Skripsi IAIN Mataram Tahun 2015).

<sup>52</sup>Rohmiani “Strategi Pemasaran produk Pembiayaan Mudharabah untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT Mandiri Syariah Gerung Lombok Barat” (Skripsi IAIN Mataram 2014).

Yang dimaksud dengan pelayanan prima adalah pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik disebut pelayanan yang baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar serta memuaskan pelanggan.<sup>53</sup> Dalam ekonomi Islam menjelaskan, bahwa dalam memberikan pelayanan hendaknya tidak membeda-bedakan nasabah yang satu dengan nasabah yang lainnya, sebab buruknya sikap perilaku bisnis, dapat membawa dampak negatif terhadap bisnis yang dijalankan.

#### 5. Menjaga kepercayaan masyarakat

Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan produk yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Promosi dalam sistem ekonomi Islam harus memperhatikan nilai-nilai kejujuran dan menjauhi penipuan. Media atau sarana dan metode yang digunakan harus sesuai dengan syariah.

Sebagai mana yang dijelaskan Imam Al-Ghazali adalah menggambarkan adanya para nabi seperti Ibrahim, Ismail dan Idris yang diterangkan dalam Al-Qur'an sebagai orang-orang yang berkata benar. Orang yang beriman kepada Allah SWT dan hari akhir tentunya akan mengamalkan sifat jujur tersebut, karena perbuatan jujur akan menunjukkan kepada kehidupan yang lebih baik, baik di dunia maupun di akhirat dan meninggalkan kebohongan yang akan menjerumuskannya ke perbuatan dosa dan neraka.

---

<sup>53</sup>M. Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran bank Syariah*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2010)., h.209.

Berdasarkan hasil penelitian (wawancara dengan sekretaris BMT Ar-rasyada) diketahui, bahwa dalam meningkatkan dan mempertahankan keuntungan dan kepercayaan nasaba pihak BMT Ar-Rasyada senantiasa selalu menjaga kepercayaan masyarakat atau jujur, artinya tidak ada unsur penipuan ataupun merugikan nasabah itu sendiri maupun pihak BMT.

Jadi yang penting dilakukan adalah memunculkan rasa percaya yang tinggi bagi masyarakat (modal kepercayaan). Dalam hal ini pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan keislaman, yaitu dengan cara mengenalkan diri kita terlebih dahulu baru mengenalkan produk-produk dan jasa layanan yang kita miliki. Di samping itu juga harus diketahui dengan baik faktor-faktor yang membuat orang percaya yakni faktor amanah dan legalitas kelembagaan.

6. Espansi penabung dan mengintensipkan penagihan pembiayaan agar tidak terjadi kemacetan.

Kerja keras adalah kunci utama untuk meraih kesuksesan dan kebahagiaan dalam hal apa pun. Sudah pasti kita memperoleh sesuatu itu bukanlah perkara yang gampang semudah membalik telapak tangan atau hanya dengan meminta, tapi sekali lagi harus dengan kerja keras. Arti kerja keras bukanlah dalam arti yang sebenarnya yakni bahwa kita harus benar-benar bekerja dengan keras, bukan seperti itu. Kerja keras itu menunjukkan semangat yang menyala dan kemauan yang menjadi tolak ukur bahwa apakah benar kita bisa keras pada diri kita sendiri atau tidak.

Islam menganjarkan umatnya agar mau bekerja keras dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dan sebaliknya, Islam membenci umatnya

yang hanya berpangku tangan, malas-malasan dan tidak mau bekerja mencari nafkah. Selain bekerja keras, kita juga harus berdoa kepada Allah SWT, agar apa yang diinginkan dapat terkabul. Sebab bekerja adalah usaha lahir yang harus dilakukan manusia atau disebut juga *syari'at*, sedangkan berdoa adalah ikhtiar batin yang harus dilakukan manusia atau disebut juga *hakikat*.<sup>54</sup>

Tapi tidak hanya kerja keras yang dibutuhkan dalam hal ini artinya kerja keras harus dibarengi dengan tekun, ulet dan teliti, artinya kerja keras adalah bukan segalanya, setelah kita berusaha dengan sepenuh hati dan sekuat tenaga untuk berupaya mendapatkan keinginan pencapaian hasil yang maksimal kita dapat mencapai apa yang di inginkan maka harus dibarengi dengan bekerja secara teratur, mampu menahan rasa bosan/jemu, dan mau belajar dari kesalahan (orang lain maupun dirinya) di masa lalu agar tidak terulang kembali. Selain daripada itu semua kita harus memiliki sikap tahan uji dan cermat maupun hati-hati, sehingga setelah kita berusaha dengan sepenuh hati, bekerja secara teratur, kemudian kita tahan uji (tidak mudah menyerah dalam mengahdapi rintangan dan hambatan) dan terakhir teliti (cermat dan hati-hati).

Espansi penabung dan mengintensipkan penagihan pembiayaan agar tidak terjadi kemacetan adalah memperluas daripada jaringan pencarian nasabah untuk menarik nasabah penabung di luar dari pada daerah-daerah bertais dan senantiasa bersungguh-sungguh melakukan usaha penagihan

---

<sup>54</sup>[http://kerason.blogspot.co.uk/2014/11/kerja-keras-tekun-ulet-dan-teliti hmi.html](http://kerason.blogspot.co.uk/2014/11/kerja-keras-tekun-ulet-dan-teliti-hmi.html).  
diunduh pada Tanggal 5 September 2016 Jam 12.30 wita.

pembiayaan. Jadi ekspansi penabung dan mengintensipkan penagihan pembiayaan agar tidak terjadi kemacetan merupakan suatu kegiatan yang membutuhkan kerja keras, tekun, ulet dan teliti.

7. Memberikan pinjaman pembiayaan sebanyak-banyaknya.

Artinya semakin banyaknya pinjaman pembiayaan yang diberikan kepada nasabah semakin baik untuk dapat meningkatkan keuntungan dengan catatan bahwa sebelum diberikan pinjaman kepada nasabah atau pelaku pengelola dana pihak BMT melakukan analisis dulu pada nasabah tersebut, artinya: a. pihak BMT menilai baik itu karakter atau kepribadian calon debitur, dengan tujuan untuk memperkirakan kemungkinan bahwa nasabah pengguna dana atau anggota LKM/KSP/KJKS-BMT yang mengajukan pembiayaan dapat memenuhi kewajiban; b. penilaian secara subyektif tentang kemampuan debitur untuk melakukan pembayaran. Kemampuan ini diukur dengan catatan prestasi debitur masa lalu yang didukung dengan pengamatan di lapangan atas usaha nasabah, cara berusaha ataupun tempat berusaha; c. penilaian terhadap kemampuan modal yang dimiliki oleh calon debitur, yakni diukur dengan posisi usahanya dengan secara keseluruhan melalui rasio finansialnya dan penekanan pada komposisi modalnya; d. *collateral* adalah jaminan milik calon debitur. Penilaian untuk lebih menyakinkan jika suatu resiko kegagalan pembayaran terjadi, maka jaminan dipakai sebagai pengganti dari kewajibannya. Tetapi, *colenteral* dalam LKM/KSP/KJKS-BMT lebih ditekankan pada faktor kepercayaan, kedekatan hubungan dengan

pengusaha dan kegiatan usahanya; saling mengenal karena usahanya tidak luas melalui tanggung renteng dan/atau bersama tokoh setempat yang diiringi dengan pengajian bersama; e. bagian pembiayaan LKM/KSP/KJKS-BMT harus melihat kondisi perekonomian secara umum khususnya yang terkait dengan jenis usaha calon debitur. Hal tersebut dilakukan karena keadaan eksternal usaha yang dibiayai.<sup>55</sup>

Jadi pihak BMT memberikan pinjaman sebanyak-banyaknya kepada nasabah yang membutuhkan dana lebih tepatnya nasabah yang membutuhkan dana untuk usaha-usaha produktif. Dengan seperti itu akan menumbuhkan keuntungan dari pada BMT itu sendiri dengan catatan melalui analisis terlebih dahulu pada nasabah/debitur apakah debitur layak untuk mendapatkan dana tersebut.

#### 8. Lokasi

BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram merupakan lokasi yang strategis dalam mengembangkan usaha, lokasi yang strategis merupakan salah satu solusi terbaik dalam memecahkan masalah aksesibilitas nasabah BMT. Semakin strategisnya lokasi BMT dengan sentral atau pusat ekonomi masyarakat maka semakin mudah bagi BMT untuk menjangkau dan menggali informasi, yang berkenaan dengan nasabah meskipun lokasi strategis bukanlah faktor utama dalam menopang pengembangan BMT, namun tempat yang strategis dapat mengurangi biaya secara umum. BMT Ar-Rasyada Bertais Mataram telah memiliki lokasi yang tepat untuk

---

<sup>55</sup> Diklat Perkuatan Kapasitas LKM Perumahan Swadaya, *Konsep Lembaga Keuangan Mikro (LKM)*, (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (Pinbuk)).

mengembangkan usahanya, sebagaimana lokasi ini merupakan lokasi yang strategis untuk mengembangkan usaha, selain lokasi yang berdekatan dengan pedangang-pedagang, dekat pula dengan Terminal Mandalika Bertais Kota Mataram.<sup>56</sup>

Selanjutnya ditinjau dari dari aspek sosial, lokasi perusahaan strategis karena keberadaan perusahaan selain ramah lingkungan juga dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.<sup>57</sup>

#### **B. Analisis Faktor yang Menjadi Kendala dalam Meningkatkan Keuntungan BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram Tahun 2015-2016.**

Menurut Ibu Raudatul Jannah selaku sekretaris, dalam meningkatkan keuntungan BMT Ar-Rasyada tentu tidak terlepas dari hambatan dan kendala-kendala dalam meningkatkan keuntungan BMT itu sendiri, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Ketika nasabah yang melakukan pinjaman pembiayaan rugi dalam usahanya.

Pembiayaan adalah aktifitas menyalurkan dana yang terkumpul kepada nasabah pengguna dana, memilih jenis usaha yang akan dibiayai, dan menentukan nasabah mana yang akan dibiayai agar diperoleh jenis

---

<sup>56</sup>L. Ahyar, (pegawai lapangan BMT Ar-Rasyada), *Wawancara*, Pada tanggal 4 Agustus 2016.

<sup>57</sup>Febi Wulandari “*Strategi Pemasaran Usaha Roti Carolina’s Sumbawa Besar dalam Perspektif Ekonomi Islam*” (Skripsi IAIN Mataram Tahun 2015).

usaha yang produktif/menguntungkan dan dikelola oleh nasabah yang jujur dan bertanggung jawab.<sup>58</sup>

Pembiayaan *mudharabah* adalah pembiayaan untuk modal awal usaha berdasarkan sistem bagi hasil sesuai dengan kesepakatan. Angsuran dibayar cicilan.<sup>59</sup> Artinya pihak BMT menyediakan modal untuk usaha nasabah dan modal dibayar secara cicil kepada pihak BMT.

Sehingga secara tidak langsung ketika nasabah rugi dalam usaha yang dilakuka otomatis nasabah tersebut tidak mampu membayar iuran/cicilan pembiayaan yang dipinjamnya dan disitu tentu pihak BMT mengalami kerugian, dan berdampak pada menurunnya tingkat keuntungan BMT itu sendiri.

## 2. Faktor/masalah sosial

Yang dimaksud dengan masalah sosial adalah suatu kondisi yang terlahir dari sebuah keadaan masyarakat yang tidak ideal, atau ketidaksesuaian unsur-unsur masyarakat yang dapat membahayakan kehidupan kelompok sosial. Masalah sosial merupakan suatu kondisi yang dapat muncul dari keadaan masyarakat yang kurang atau tidak ideal, maksudnya selama terdapat kebutuhan dalam masyarakat yang tidak terpenuhi secara merata maka masalah sosial akan tetap selalu ada didalam kehidupan. Yang masuk faktor sosial disini salah satunya adalah faktor kebudayaan.

---

<sup>58</sup>Diklat Perkuatan kapasitas LKM Perumahan Swadaya. *Konsep Dasar Lembaga Keuangan Mikro (LKM)*, (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha kecil (pinbuk)).

<sup>59</sup>Dr. H. Ahmad hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wattamwil*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013)., h.90.

Faktor ini maksudnya adalah kebudayaan yang semakin berkembang pada masyarakat akan mempunyai peran yang dapat memicu timbulnya masalah sosial. Misalnya seperti pernikahan pada usia dini, kawin-cerai, kenakalan pada remaja dan lain-lain atau seperti saat ini Negara kita sedang terus menerus dimasuki budaya asing.

Jadi faktor sosial yang dimaksud disini khususnya adalah terjadinya kawin cerai pada nasabah pembiayaan maupun nasabah penabung, jika kawin cerai ini terjadi pihak nasabah tidak mampu membayar uang pinjaman dan menabung seperti biasanya. Dan itu berdampak pada penghasilan serta keuntungan BMT sehingga memicu turunnya keuntungan BMT tersebut.

### 3. Hari-hari besar

Sebagai umat Islam tentunya kita sudah menjalankan dan memahami tentang hari-hari penting dalam kehidupan sehari-hari. Untuk menanamkan hal terpuji ini pasti kita tidak akan melewatkan setiap datangnya hari-hari besar tersebut khususnya hari-hari besar Islam.<sup>60</sup>

Menjelang hari-hari besar seperti maulid, hari raya idul fitri, hari raya qurban dll, biasanya nasabah penabung yang menabung uang di BMT khususnya BMT Ar-Rasyadah banyak melakukan penarikan terhadap uang tabungan mereka untuk kebutuhan menyambut hari-hari tersebut. Disitu memicu kurangnya uang masuk pada BMT sehingga menurunnya pendapatan BMT tersebut.

---

<sup>60</sup><http://www.seputarpengetahuan.com/2015/05/hari-hari-besar-agama-islam-dan-maknanya.html>. di Unduh pada Tanggal 5 September 2016 jam 12.35 Wita.

#### 4. Pembiayaan bermasalah

Lembaga keuangan non bank adalah salah satu sumber dana bagi masyarakat perorangan atau badan usaha untuk memenuhi kabutuhan akan dana. Lemabaga keuangan non bank dalam memberikan pembiayaannya akan sangat berhati-hati dan melalui analisis yang mendalam. Namun dalam pemberian pembiayaan tersebut adakalanya pembiayaan yang diberikan pada nasabah tidak dapat kembali tepat pada waktunya dan nasabah tidak mampu membayar. Kondisi ini dinamakan pembiayaan macet atau pembiayaan bermasalah.<sup>61</sup>

Pembiayaan bermasalah adalah pembiayaan yang telah terjadi kemacetan antara pihak debitur yang tidak bisa memenuhi kawajiban kepada pihak kreditur. Pembiayaan bermasalah ini dapat berupa, pembiayaan yang tidak lancar, pembiayaan dimana debitur tidak memenuhi persyaratan yang dijanjikan, pembiayaan yang tidak menempati jadwal angsuran, serta pembiayaan yang memiliki potensi merugikan pihak BMT. Artinya jika terjadi pembiayaan bermasalah otomatis pihak BMT mengalami kerugian dan berakhir dengan berkurangnya keuntungan BMT itu sendiri.<sup>62</sup>

Faktor yang menentukan berhasil tidaknya suatu lembaga keuangan dalam menjalankan usahanya yakni dengan memeperhatikan keluhan yang ada. Dengan cara melihat dan mengamati apa yang diinginkan oleh para calon

---

<sup>61</sup> Sartika “*Faktor-Faktor yang Menyebabkan Terjadinya Pembiayaan Bermasalah pada Produk Murabahah di Koperasi Pondok Pesantren Miftahul Ma’arif Desa Plambik Kec. Praya Barat Daya Lombok Tengah*” (Skripsi IAIN Mataram).

<sup>62</sup>Raudatul Jannah, (selaku sekretaris BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram), *Wawancara*, Pada tanggal 9 Agustus 2016.

nasabah dan menjaga minat serta kepercayaan nasabah yang sebelumnya, setelah kita tahu apa yang menjadi kebutuhan nasabah tersebut kita memperkenalkan produk kita kepada nasabah dengan keunggulan-keunggulan yang dimiliki misalnya dengan strategi jemput bola disana sangat mempermudah daripada nasabah tersebut karena mereka tidak harus ke lembaga untuk melakukan transaksi seperti yang dilakukan BMT Ar-Rasyada sendiri walaupun rata-rata lembaga keuangan menerapkan strategi tersebut BMT Ar-Rasyada mampu bersaing dan dengan didukung tempat yang strategis perusahaan/lembaga tersebut mampu bertahan. Dan salah satu aspek yang penting dalam lembaga keuangan adalah strategi-strategi yang jitu dalam menjalankan usahanya. Selain itu pula lembaga dalam mengelola dan mengembangkan usahanya harus memperhatikan pola yang terarah dan sistematis sebagai upaya handal dalam meningkatkan usaha dan untuk menarik calon nasabah dalam memperkenalkan produk yang dijual. Tentu saja berbagai cara telah dilakukan oleh BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram dalam upaya memajukan dan mengembangkan BMT tersebut, mulai dari sosialisasi sebagai cara memperkenalkan produk-produk BMT maupun strategi jemput bola yang sering digunakan pihak BMT Ar-Rasyada dan strategi-strategi lainnya, itu semua tidak terlepas dari cara BMT dalam meningkatkan keuntungan. Jadi program-program tersebut merupakan pola pengembangan usaha yang dilakukan langsung pada sebuah aktifitas untuk menawarkan produk yang spesifik dari sebuah lembaga tersebut.

Berdasarkan analisis peneliti, maka strategi dalam upaya meningkatkan keuntungan BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram dalam memajukan usahanya itu sangat penting, karena kelancaran dan keberhasilan suatu usaha tersebut, dimana peran dari pada strategi tersebut merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan melakukan pengembangan terhadap usaha dan untuk mencapai tujuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan.



Perpustakaan UIN Mataram

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi yang dilakukan oleh BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram dalam mempengaruhi tingkat keuntungan tahun 2015-2016 adalah:
  - a. Melakukan sosialisasi kepada masyarakat dengan melalui pendekatan kekeluargaan.
  - b. Strategi jemput bola.
  - c. Dakwah/pengajian.
  - d. Melayani dengan cepat dan tepat.
  - e. Menjaga kepercayaan masyarakat.
  - f. Expansi penabung dan mengintensipkan penagihan pembiayaan.
  - g. Memberikan pinjaman pembiayaan sebanyak-banyaknya.
  - h. Strategi lokasi.
2. Faktor penghambat dalam mempengaruhi tingkat keuntungan di BMT Ar-Rasyada Bartais Kota Mataram Tahun 2015-2016 adal:
  - a. Ketika nasabah yang melakukan pinjaman rugi dalam usahanya.
  - b. Faktor sosial (kawin cerai).
  - c. Hari-hari besar.
  - d. Pembiayaan bermasalah.

## B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti mencoba memberikan saran yang dapat dijadikan sebagai bahan acuan, pertimbangan kepada berbagai pihak (khususnya kepada para anggota dan nasabah BMT Ar-Rasyada Bertais Kota Mataram).

1. Agar produknya bisa dikenal lebih luas, kepada pihak manajemen BMT Ar-Rasyada disarankan untuk memanfaatkan media sosial dalam kegiatan promosi sehingga penguasaan pasar kedepan lebih luas.
2. Disarankan kepada pihak manajemen BMT Ar-Rasyada untuk tetap mempertahankan dan berupaya selalu meningkatkan strategi-strategi yang telah diterapkan sebelumnya.
3. Pihak BMT disarankan lebih selektif dalam memberikan pembiayaan kepada calon nasabah dan berusaha mengenali lebih banyak informasi tentang karakter calon nasabah.
4. Pihak BMT disarankan lebih menyikapi kebutuhan dana kas BMT menjelang hari-hari besar agar tidak terjadinya kekurangan dana kas menjelang hari-hari besar tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Hasan Ridwan. *Manajemen Baitul Mal Wattamwil*. Bandung: CV Pustaka Setia. 2013.
- Diklat Perkuatan kapasitas LKM Perumahan Swadaya. *Konsep Dasar Lembaga Keuangan Mikro (LKM)*, (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha kecil (pinbuk)).
- Febi Wulandari “*Strategi Pemasaran Usaha Roti Carolina’s Sumbawa Besar dalam Perspektif Ekonomi Islam*” (Skripsi IAIN Mataram Tahun 2015).
- Hayatul Islan. *Sistem Ekonomi Islam “Keniscayaan Menuju Kesejahteraan Manusia”*. Jakarta: PT Grafindo Persada. 2008.
- <http://pengertiandefinisi.com/pengertian-laba-definisi-ahli-dan-unsur-unsur-laba>.
- <http://kerason.blogspot.co.uk/2014/11/kerja-keras-tekun-ulet-dan-teliti-hmi.html>.
- <https://arsipbisnis.wordpress.com/2008/09/21/jenis-usaha-yang-tepat-untuk-teknik-promosi-jemput-bola>.
- <http://akharisyuli.blogspot.co.uk/2011/06/trik-bisnis-cara-melayani-pelanggan.html>.
- <http://www.seputarpengetahuan.com/2015/05/hari-hari-besar-agama-islam-dan-maknanya.html>.
- <http://adaddanuartablogspot.co.id/2014/11/laba-menurut-para-ahli>.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Grafindo Persada. 2004.
- M. Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran bank Syariah*. Bandung: CV. Alfabeta 2010.
- M. Burhan Bungin. *Metodelogi Penelitian sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana. 2013.
- Nurul Huda dan Mohamad Heykal. *Lembaga Keuangan Islam*. Jakarta:Kencana. 2010.

P3EI UII-BI. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2008.

Rohmiani “*Strategi Pemasaran produk Pembiayaan Mudharabah untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT Mandiri Syariah Gerung Lombok Barat*” (Skripsi IAIN Mataram 2014).

Suwarsono Muhammad. *Strategi Penyehatan Perusahaan*. Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan. 2006.

Subana. *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Pustaka Setia. 2005.

Suryabrata Sumadi. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers. 2011.

Sugiyono. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2011.

Sutrisno Hadi. *Metodelogi Riserach*. Jakarta: Andi Offset. 1998.

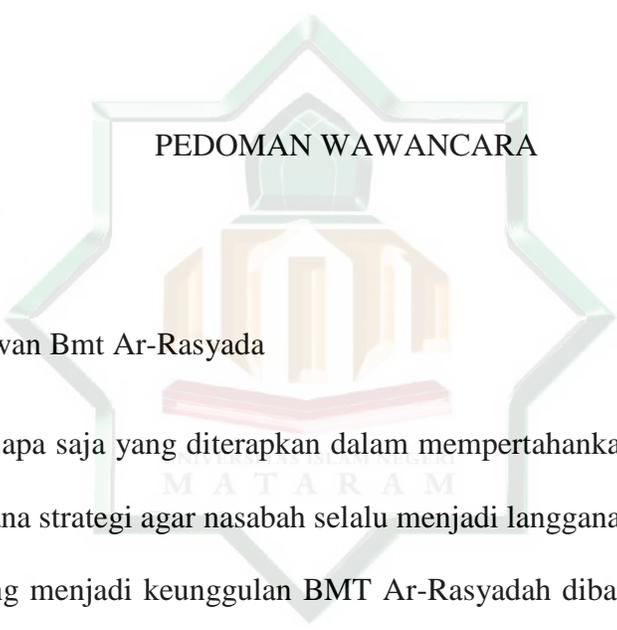
Sartika “*Faktor-Faktor yang Menyebabkan Terjadinya Pembiayaan Bermasalah pada Produk Murabahah di Koperasi Pondok Pesantren Miftahul Ma’arif Desa Plambik Kec. Praya Barat Daya Lombok Tengah*” (Skripsi IAIN Mataram).

Zaeni Asyhadi. *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2009.

The logo of Universitas Islam Negeri Mataram is a stylized green and gold emblem. It features a central golden structure resembling a mosque's dome or minaret, set within a green, multi-pointed star-like border. Below the structure, the text 'UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM' is written in a small, grey, sans-serif font.

# LAMPIRAN-LAMPIRAN

Perpustakaan **UIN Mataram**



PEDOMAN WAWANCARA

Staf dan Karyawan Bmt Ar-Rasyada

1. Strategi apa saja yang diterapkan dalam mempertahankan minat nasabah atau bagaimana strategi agar nasabah selalu menjadi langganan?
2. Apa yang menjadi keunggulan BMT Ar-Rasyadah dibandingkan BMT-BMT lainnya?
3. Apa produk unggulan atau yang paling diminati nasabah?
4. Bagaimana strategi pengembangan BMT agar tetap bertahan dengan banyaknya lembaga keuangan yang ada sekarang?
5. Strategi apa yang sering digunakan dalam mempertahankan keuntungan atau meningkatkan keuntungan BMT?
6. Apa saja faktor yang menjadi penghambat atau kendala dalam menarik hati nasabah?

7. Bagaimanan strategi BMT dalam memperkenalkan produk pada masyarakat?
8. Kendala apa saja yang sering terjadi dalam memperkenalkan produk-produk kepada masyarakat dan bagaimana pihak BMT menanggulangi kendala dalam memperkenalkan produk tersebut?
9. Kendala apa saja yang sering terjadi dalam pengembangan BMT ini?
10. Bagaimana menanggulangi dari kendala-kendala yang ada?



Perpustakaan UIN Mataram



PEMERINTAH PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT  
BADAN LINGKUNGAN HIDUP DAN PENELITIAN  
(BLHP)

Jalan Majapahit Nomor 56, Telepon (0370) 621784, 628647, 632572, fax. 644782  
M A T A R A M

83115

**SURAT IZIN**

Nomor : 050.7/1161/III/ BLHP/2016

TENTANG

**PENELITIAN**

- Dasar : a. Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat Nomor 8 Tahun 2008 Tentang Pembentukan, Kedudukan, Tugas, Fungsi, Susunan Organisasi Dan Tata Kerja Inspektorat, Bappeda Dan Lembaga Teknis Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat;
- b. Surat Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri ( IAIN ) Mataram Nomor : In.12/FSEI/TL.00.9 /861/2016 tanggal 17 Juni 2016, perihal Permohonan Ijin Penelitian.

**MENGIZINKAN**

- Kepada :  
N a m a : **KHAERIAH**  
N I M : **152125085**  
Alamat : Mataram  
Untuk : Melaksanakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul:  
**"ANALISIS TERHADAP STRATEGI YANG MEMPENGARUHI TINGKAT KEUNTUNGAN DI BMT AR-RASYADA BERTAIS KOTA MATARAM TAHUN 2013-2014."**
- Lokasi : BMT AR-Rasyada Bertais Kota Mataram  
Waktu : Selama 2 (dua) bulan sejak Izin Penelitian ini diterbitkan.  
Demikian Surat ini dibuat agar bisa digunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di Mataram  
Pada tanggal, 09 Juni 2016  
KEPALA BADAN LINGKUNGAN HIDUP  
DAN PENELITIAN PROVINSI NTB  
  
**Ir. H. Hery Egan Rayes, MM.**  
Pembina Utama Madya (IV/d)  
NIP. 195807081986111004

**TEMBUSAN** disampaikan kepada Yth:

1. Gubernur NTB di Mataram (Sebagai Laporan)
2. Walikota Mataram di Mataram;
3. Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Mataram;
4. Ketua Jurusan / Program Study
5. Kepala BMT AR-Rasyada Bertais Kota Mataram;
6. Dinas/Instansi Terkait;
7. Pertinggal.