



ANALISIS KINERJA MARKETING DALAM MENAWARKAN PRODUK PEMBIAYAAN MUDHARABAH DI BMT RAUDHAH

Tuti Anggraini¹, Ahmad Sabili Yuhda²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

tuti.anggraini@uinsu.ac.id, ahmadsabiliyudha@gmail.com

Abstrak

Mengenai Baitul Mal wat-Tamwil (BMT), salah satu lembaga keuangan syariah yang sedang berkembang di Indonesia. Secara etimologi (secara bahasa) adalah *Bait* yang berarti rumah, *Mal* yang berarti harta, dan *Tamwil* artinya kelimpahan. Secara terminologi, Baitul Mal wat-Tamwil (BMT) adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kegiatan manufaktur dan investasi yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas perekonomian skala mikro dan kecil, serta mendorong kegiatan tabungan dan mendukung pembiayaan perekonomian. Dan juga sebagai pusat bisnis mandiri yang mengembangkan kegiatan usaha. Selain itu, BMT juga mencanangkan program penerimaan simpanan Zakat, Infaq, dan Sedekah serta disalurkan sesuai ketentuan dan kewajibannya. Berdirinya BMT (Baitul Mal wat-Tamwil) di Pondok Pesantren Raudhatul Hasanah sangat mendukung kami dan BMT telah memengaruhi sistem perekonomian warga dan santri di lingkungan Pondok Pesantren ada yang bisa diberikan pengetahuan. Umat Islam tidak hanya menjadi penyedia jasa keuangan, namun juga menyebarkan ilmu agama. Jenis pembiayaan yang umum di BMT adalah akad mudharabah. Mudharabah adalah akad jual-beli yang mana pihak Bank sebagai penjual, dan nasabah sebagai pembeli.

Kata kunci: *Kinerja, Marketing, Mudharabah, BMT Raudhah*

1. Pendahuluan

Pembiayaan mudharabah merujuk pada perjanjian kemitraan di mana satu pihak, yang dikenal sebagai Shahibul Maal, menyediakan dana, sementara pihak lainnya, yang disebut Mudalib, bertanggung jawab dalam menjalankan bisnis. Keuntungan yang dihasilkan dari usaha tersebut dibagi berdasarkan nisbah bagi hasil yang telah disepakati sebelumnya antara kedua belah pihak. Jika mengalami kerugian, Shahibul Maal juga akan berbagi sebagian dari imbalan yang diperoleh dari hasil bisnis tersebut. Mudharabah juga dikenal sebagai kiraad yang mengacu pada tindakan pengambilan keputusan. Dalam situasi ini, pemilik modal memutuskan untuk mempercayakan sejumlah uang tertentu untuk tujuan perdagangan, umumnya dalam

bentuk barang, sambil secara bersamaan menetapkan bagian dari keuntungan untuk kedua pihak yang terlibat dalam kontrak Qirad.

Mengacu pada informasi yang telah disampaikan, penting untuk mencapai kesepakatan yang memenuhi kepentingan semua pihak yang terlibat. Membangun kemitraan mudharabah antara pemilik modal dan pengusaha merupakan pendekatan yang tepat, dan contohnya dapat ditemukan dalam perjanjian kerjasama antara Nabi Muhammad SAW dan seorang pengusaha perempuan bernama Siti Khadijah.

Secara keseluruhan, konsep perbankan syariah menyajikan sistem ekonomi yang sejalan dengan prinsip-prinsip hukum Islam atau Syariah. Terdapat berbagai konsep dalam perbankan konvensional yang dianggap memiliki konsekuensi negatif karena adanya unsur riba. Riba dianggap tidak sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah dalam agama Islam.

Pada tahap awal perkembangannya, bank syariah memperkenalkan serangkaian produk perbankan tanpa bunga, termasuk pinjaman bagi hasil yang dikenal sebagai bagi hasil (PLS) dan pinjaman murabahah. Namun, seiring berjalannya waktu, penerapan pembiayaan bagi hasil menjadi sulit karena bank tidak hanya harus membagi keuntungan kepada nasabah tetapi juga menanggung kerugian. Penelitian Abdullah Saeed (2000) terhadap bank syariah yang beroperasi di Timur Tengah mengungkapkan bahwa bank-bank tersebut ragu-ragu untuk mengadopsi produk berbasis PLS karena risikonya yang besar.

Hal ini memaksa bank untuk "memperbarui" bentuk dan isi distribusi keuntungan mereka sehingga sangat berbeda dari apa yang ditemukan dalam yurisprudensi Islam. Misalnya dalam fikih Islam, pembagian keuntungan dilakukan melalui musyawarah antara kedua belah pihak, namun dalam praktiknya tidak demikian, Kinerja perbankan syariah relatif baik, ditandai dengan pertumbuhan yang kuat pada berbagai indikator utama perbankan syariah.

Total aset Bank Syariah (BUS dan UUS) meningkat 47,56% menjadi Rp97 triliun dan pinjaman yang diberikan meningkat 45,24% menjadi Rp68 triliun. Laju pertumbuhan seluruh indikator utama perbankan syariah pada tahun 2010 melebihi laju pertumbuhan pada tahun 2009. Bank syariah menerima sebagian keuntungan dari dana yang disimpan nasabahnya sesuai dengan perannya sebagai perantara keuangan. Besarnya fasilitas bagi hasil ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama antara nasabah dan bank. Rasio bagi hasil merupakan faktor penting dalam menentukan bagi hasil pada bank syariah.

Hal ini dikarenakan aspek hubungan merupakan aspek yang disepakati oleh orang-orang yang terlibat dalam transaksi. Untuk menentukan rasio bagi hasil, Anda perlu mempertimbangkan aspek-aspek seperti data bisnis, opsi angsuran, hasil transaksi yang dijalankan, rasio pendanaan, dan pembagian bagi hasil. Secara khusus, untuk mengurangi perselisihan mengenai biaya, sebaiknya menentukan rasio berdasarkan jumlah pendapatan sebagai kriteria untuk menilai kinerja antara bank dan nasabah. Penentuan rasio tersebut didasarkan pada besarnya pendapatan yang biasa

diperoleh pengusaha kecil/masyarakat. Oleh karena itu, penetapan rasio ini sesuai dengan syariah dan memenuhi ketentuan Pasal I, No. 8, "Pasal 12 Ayat 2 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992".

Masih banyak bank syariah lainnya. Ia menawarkan bentuk produk lain yang lebih menguntungkan yang disebut Murabahah. Merupakan sistem jual beli dimana pembeli tidak dapat membeli produk yang diinginkan langsung dari penjual karena suatu hal, sehingga diperlukan perantara untuk membeli dan menerima produk tersebut. Biasanya agen menaikkan harga dengan persentase tertentu dibandingkan harga aslinya Produk ini kemudian menjadi bisnis paling populer dan disukai oleh bank syariah karena risikonya kecil. Dengan cara ini, Khadijah menyerahkan modal berupa barang-barang yang seharusnya dibawa Muhammad untuk perdagangan antara Mekah dan Syam (Suriah).

Secara etimologis, istilah mudarabah berasal dari akar kata daraba pada kata yadrib, sebagaimana tercantum dalam surat al-Muzammil: 20 al-Qur'an. (Q.S. Al-Jumu'ah: 10; & Q.S. Al-Baqarah: 198 Tentang perintah mencari rahmat Allah.), Hadits yang memungkinkan terjadinya mudarabah khususnya diriwayatkan oleh Ibnu Majah: "Tiga hal yang dibolehkan adalah mencampurkan tepung rumah tangga (tidak dijual), menjual barang secara mencicil (Kredit), dan Muqalada (Lain-lain). Ibnu Abbas juga mengatakan bahwa Nabi SAW dalam pertemuan dengan para sahabatnya menanyakan tentang hukum kapan para sahabat harus menyerahkan modal kepada rekanan usahanya. jurang berbahaya, atau digunakan untuk membeli ternak dengan paru-paru basah, yang terjadi pelanggaran. mitra usaha penerima dana wajib mempertanggungjawabkan dana tersebut.

2. Kajian Pustaka

1) Mendefinisikan Kinerja

Kinerja muncul dari definisi kinerja. Sebagian orang mengartikan kinerja sebagai hasil kerja atau pelaksanaan pekerjaan. Namun kinerja sebenarnya mempunyai arti yang lebih luas dan tidak hanya mengacu pada hasil kerja saja, namun juga bagaimana proses kerja tersebut dilaksanakan. Kinerja adalah hasil yang dicapai selama periode waktu tertentu, baik organisasi itu bersifat nirlaba atau nirlaba.

Bapak Armstrong dan Bapak Baron lebih lanjut menekankan bahwa kinerja bisnis adalah hasil kerja yang berkaitan erat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan pelanggan, dan kontribusi ekonomi. Lebih lanjut Indra Bastian menjelaskan kinerja mengacu pada tingkat kinerja kegiatan/program/kebijakan dalam mencapai tujuan, sasaran, misi dan visi organisasi yang dituangkan dalam rumusan rencana strategis organisasi, saya jelaskan mewakili sesuatu Organisasi kinerja adalah Kelompok kerja. Kinerja juga dapat diartikan sebagai prestasi kerja, prestasi kerja, atau hasil prestasi kerja.



Agustus w. Mr Smith menjelaskan: “Kinerja adalah hasil dari proses, selain itu adalah hasil dari orang-orang”. Kinerja adalah hasil dari proses yang dilakukan oleh orang-orang.

Lawler dan Potter dengan jelas menyatakan bahwa prestasi adalah: "kinerja peran yang sukses", keberhasilan kinerja peran yang dicapai seseorang melalui tindakannya. Menurutnya, kinerja adalah hasil yang dicapai seseorang dalam jangka waktu tertentu, baik dalam pekerjaan maupun tingkah lakunya, menurut standar yang berlaku.

2) Penilaian Kinerja

Penilaian Kinerja adalah penilaian terhadap manajemen perusahaan, baik karyawan maupun manajer, yang telah melaksanakan pekerjaannya. Menurut Robert L. Mathis dan John, “Penilaian kinerja adalah proses mengevaluasi dan mengkomunikasikan seberapa baik seorang karyawan melakukan pekerjaannya relatif terhadap serangkaian kriteria.” Implementasi Evaluasi yang dihasilkan nantinya akan memberikan kontribusi yang berarti terhadap evaluasi kinerja. Perbaikan kemudian dapat dilakukan Hal ini biasa disebut perbaikan berkelanjutan.

Menurut Vethzal Rivai, penilaian kinerja mengacu pada sistem formal dan terstruktur untuk mengukur, mengevaluasi, dan mempengaruhi karakteristik, perilaku, dan hasil yang berhubungan dengan pekerjaan, termasuk ketidakhadiran. Oleh karena itu, penilaian kinerja adalah hasil kerja pegawai dalam lingkup tugasnya. Dalam lingkungan kerja yang kompeten secara global, karyawan menuntut kinerja terbaik. Pada saat yang sama, karyawan membutuhkan umpan balik mengenai hasil pekerjaan mereka untuk memandu tindakan mereka di masa depan.

Menurut Milkovich, tujuan dilakukannya penilaian kinerja adalah untuk mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan karyawan, memastikan proses umpan balik berjalan dengan baik, memperbaiki kesalahan yang dilakukan karyawan dalam pekerjaan, dan merefleksikan prestasi kerja setiap karyawan. untuk memutuskan alokasi kompensasi yang tepat. Umpan balik pegawai merupakan informasi untuk menerima bimbingan dan pembinaan untuk mengetahui kemampuan kerja pegawai dan tingkat usaha kerja.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu analisis isi artikel pada database Google Scholar. Analisis isi artikel digunakan untuk mengambil permasalahan dan topik utama yang dibahas dalam database Google Scholar pada suatu waktu tertentu untuk selanjutnya dilakukan analisis isi (*content analysis*).

Artikel yang dipilih untuk review kali ini adalah penelusuran database Google Scholar dengan menggunakan kata kunci “Kinerja; Pemasaran; Penawaran; Produk; Pembiayaan Mudharabah” pada tahun 2020 hingga 2023. Proses pencariannya



membutuhkan bantuan aplikasi Publish-or-Perish. Pengumpulan data akan dilakukan pada tanggal 30 Desember 2023.

Langkah pertama, penulis mencari artikel di database Google Scholar yang mengandung kata kunci berikut: “Kinerja; Pemasaran; Penawaran; Pendanaan Produk; Mudarabah”. Ditemukan sekitar 992 artikel yang cocok dengan kata kunci pencarian Anda. Setelah dilakukan pembacaan judul, abstrak, dan kata kunci, jumlah makalah yang masih relevan sebanyak 651. Kemudian, pada tahap akhir, penulis menerima 10 makalah yang dipublikasikan di jurnal profesional dan diterbitkan sebagai artikel peer-review dalam penelitian ini.

4. Hasil dan Pembahasan

Baitul Mal wat Tamwil (BMT) adalah salah satu jenis lembaga keuangan mikro yang bergerak di bidang pembiayaan syariah. BMT didirikan dengan tujuan untuk membantu pihak-pihak yang membutuhkan dana berdasarkan prinsip Islam (Syariah).

BMT melaksanakan dua jenis kegiatan yaitu Baitul Maal dan Baitul Wat Tamwil. BMT berperan sebagai Baitul Maal. Yaitu: Menerima titipan zakat, infaq dan sadaqah serta menyalurkannya (tasaluf) sesuai dengan peraturan dan perintah. Sementara itu, Baitul Bittamwil BMT mengembangkan usaha produktif dan investasi untuk meningkatkan kualitas kegiatan pemerintah tingkat bawah dengan mendorong tabungan dan mendukung pembiayaan perekonomian.

BMT sejatinya memberikan pembiayaan sesuai prinsip syariah yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. BMT sendiri berasal dari kata Baitul Maal yang berarti “tempat menyimpan uang”, dan Tamwil yang berarti “pinjaman”. Oleh karena itu, BMT berperan sebagai tempat penyimpanan uang dan juga memberikan pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan.

Secara kelembagaan, BMT tergabung atau didukung oleh Pusat Inkubasi Usaha Kecil dan Menengah (PINBUK). PINBUK merupakan lembaga utama yang menyelenggarakan usaha yang lebih luas, yaitu produksi usaha kecil. Faktanya, PINBUK menciptakan usaha kecil-kecilan. BMT dapat berbentuk kelompok swadaya masyarakat (KSM) atau badan hukum koperasi simpan pinjam (KSP).

Lahirnya BMT (Baitul Mal Wat Tamwil) di Pondok Pesantren Ar-Raudatul Hasana telah mengubah sistem perekonomian tidak hanya bagi warganya tetapi juga para santri yang tinggal di sekitar pondok pesantren tersebut. Kami tidak hanya menjadi penyedia jasa keuangan syariah, kami juga berbagi ilmu agama. Salah satu jenis pembiayaan yang umum digunakan dalam BMT adalah akad Murabahah. Akad Murabahah adalah akad jual beli yang mana pihak bank sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli.



1) Pengertian Produk

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Produk adalah suatu barang atau jasa yang dihasilkan dalam suatu proses produksi, yang diberi nilai tambah guna atau manfaatnya, dan yang merupakan hasil akhir dari proses produksi itu.

Menurut para ahli di bidangnya, pengertian produk adalah: Menurut Kotler dan Armstrong, pengertian produk adalah segala sesuatu yang disediakan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi. Baik itu berupa benda fisik, tempat, orang, jasa, ide, atau organisasi, kita dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan kita di dalamnya.

Menurut Pak Fundi Ciputno, pengertian produk adalah produk yang dihasilkan oleh suatu produsen untuk dikenali, dikonsumsi, dicari, dibeli, dipakai, atau dikonsumsi pasar untuk memenuhi suatu kebutuhan pasar yang bersangkutan penawaran. Oleh karena itu, suatu produk adalah apa saja. Apa yang dapat Anda tawarkan kepada pembeli untuk menyelesaikan masalah tersebut. Pada dasarnya, barang dapat dilihat, disentuh, disimpan, dan digunakan saat dibutuhkan, tidak seperti pemerintah dan jasa yang hanya disediakan dan diberikan pada saat yang bersamaan.

2) Pengertian Keuangan Mudharabah

Secara bahasa, mudharabah berasal dari kata darb yang secara umum berarti perjalanan dinas. Istilah darb umumnya digunakan oleh orang Irak. Untuk tujuan yang sama, masyarakat Hijaz menggunakan istilah Muharada atau Khirad yang artinya "memotong". Dalam pengertian ini, khirad berarti pemilik modal memotong sebagian hartanya dan menyerahkannya kepada pengelola modal, sehingga juga memotong kepentingan usahanya.

Menurut PSAK 105, akad mudharabah dapat digolongkan menjadi tiga jenis: mudharabah muqayyada, mudharabah muthlaqah, dan mudharabah musytarakah.

- a. Mudharabah Muqayyada adalah bentuk kerjasama antara pemilik dana dan perusahaan pengelola, dengan ketentuan perusahaan pengelola tunduk pada batasan dari pemilik dana mengenai di mana, bagaimana dan apa yang akan diinvestasikan.
- b. Mudharabah Muthlaqah adalah suatu bentuk kerjasama antara pemilik dana dan pengelola yang tidak ada batasan dari pihak pemilik dana mengenai lokasi, sifat dan pokok penanaman modal.
- c. Mudharabah Musytarakah adalah suatu bentuk mudharabah dimana pengelola dana menggunakan modal atau dana dalam suatu kerjasama penanaman modal.

Pengertian Pinjaman Mudharabah merupakan suatu perjanjian pembiayaan antara BMT sebagai Shahibul Maal dengan nasabah sebagai Mudarib untuk menjalankan kegiatan usaha, dimana bank syariah menyediakan 100% modal untuk operasional usaha nasabah. Hasil dari Pembiayaan Mudharah akan dibagi antara BMT dan nasabah sesuai dengan nisbah bagi hasil yang disepakati pada saat penandatanganan akad. Dalam pinjaman mudharabah terdapat dua pihak yang melaksanakan perjanjian kerjasama, yaitu:



- a) Bank BMT. Kami menyediakan pembiayaan untuk proyek dan bisnis yang membutuhkan pembiayaan. BMT menawarkan pembiayaan 100% yang disebut Shahibul Maal.
- b) Nasabah/Pengusaha Nasabah yang membutuhkan modal dan melaksanakan proyek yang dibiayai oleh BMT. Seorang nasabah yang menjalankan perusahaan yang dibiayai oleh BMT. Mudharib merupakan nasabah korporasi yang telah menerima pembiayaan 100% dari BMT dalam akad Mudharabah.

3) Rukun dan Syarat Pembiayaan Mudharabah

- a. Para pihak Shahibul Maal dan Mudarib yang terlibat dalam perjanjian harus memiliki keterampilan dan pengetahuan hukum yang memadai.
- b. Shahibul Maal memberikan modal dalam bentuk uang atau aset yang memenuhi persyaratan sebagai berikut: a) Jumlah dan karakteristik modal harus dijelaskan dengan jelas. B) Modal dapat berupa uang tunai atau properti berharga yang dapat dinilai pada saat perjanjian. C) Modal tidak boleh berupa utang. Sesuai dengan ketentuan akad Mudharabah, modal harus diserahkan kepada Mudharib secara bertahap atau seluruhnya dalam satu waktu.
- c. Perjanjian yang dilakukan di Kabul dicatat secara tertulis dan mencakup semua ketentuan yang disepakati dalam kontrak.
- d. Keuntungan dalam mudarabah adalah jumlah kelebihan modal yang diberikan oleh Shahibul Maal kepada Mudarib dengan syarat-syarat berikut: a) Pembagian keuntungan harus dilakukan kepada kedua belah pihak (Shahibul Maal dan Mudarib), b) Pembagian keuntungan harus ditentukan, c) Pemberi modal bertanggung jawab atas semua kerugian, kecuali kerugian yang disebabkan oleh kesalahan yang disengaja oleh pihak Mudarib.
- e. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Mudarib mempertimbangkan modal yang diberikan oleh Shahibul Maal, namun perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut: a) Dalam kegiatan usahanya, Mudarib mempertimbangkan modal yang diberikan oleh Shahibul Maal, kecuali dalam situasi-situasi tertentu di mana Mudarib memiliki hak untuk melakukan pengawasan tanpa campur tangan, b) Pihak yang menyediakan modal tidak diperbolehkan membatasi tindakan pengelolaan yang menghalangi pencapaian tujuan mudarabah, yaitu memperoleh keuntungan. C) Manajer harus mematuhi hukum syariah dan peraturan yang berlaku, serta memenuhi semua perjanjian.

Pemasaran memiliki peranan yang penting dalam dunia bisnis karena berfungsi sebagai elemen krusial dalam memenuhi kebutuhan konsumen baik pada tahap awal maupun akhir siklus. Setiap perusahaan berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui produksi dan promosi produk dan jasa (Entaresmen, 2016). Hal ini mengindikasikan bahwa bisnis perlu memahami dan mengevaluasi kebutuhan dan preferensi konsumen, serta menggabungkannya dengan data pasar.



Dalam pemasaran, terdapat proses konseptualisasi bisnis, penentuan harga, kegiatan periklanan, distribusi barang dan jasa, serta interaksi dengan organisasi yang menjadi target. Tujuan utamanya adalah memenuhi kebutuhan pelanggan dan mencapai penjualan produk dan jasa dengan cepat. Proses pemasaran ini melibatkan perencanaan dan pelaksanaan yang terstruktur (Fawaid, 2017).

a) Produk

Produk merupakan suatu entitas yang mengakomodasi kebutuhan dan tuntutan dari pasar atau pelanggan. Melalui analisis kebutuhan dan permintaan pasar, kita dapat menghasilkan produk yang memenuhi kebutuhan tersebut. Secara umum, terdapat dua kategori produk, yaitu produk berwujud yang memiliki bentuk fisik, dan produk tidak berwujud yang tidak memiliki bentuk fisik.

Produk fisik meliputi barang-barang yang dapat diproduksi atau diperoleh dari pedagang dan kemudian dijual di pasar. Di sisi lain, produk non-fisik terkait dengan penawaran layanan yang diberikan kepada pelanggan dengan harga atau kompensasi tertentu yang terkait dengan penyediaan layanan. Konsep pemasaran produk melibatkan pengenalan barang atau jasa sebagai objek yang akan dipasarkan atau dijual.

b) Harga

Harga merupakan konsep pemasaran yang signifikan yang mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual suatu produk atau jasa, termasuk biaya produksi dan margin keuntungan yang diinginkan. Harga produk atau jasa memiliki peran krusial dalam menentukan keberhasilan penjualannya. Oleh karena itu, menetapkan harga yang tepat merupakan aspek yang penting dalam strategi pemasaran. Dalam menentukan harga produk, strategi pemasaran dapat menerapkan kebijakan penetapan harga yang melibatkan faktor-faktor seperti markup (persentase kenaikan harga atau tingkat keuntungan yang diinginkan) dan markdown (persentase diskon dari harga jual).

c) Lokasi

Memilih lokasi yang strategis memiliki pentingnya karena secara langsung mempengaruhi minat konsumen dan nasabah dalam mengakses pasar dan bank. Jika informasi lokasi salah dianalisis, hal ini dapat menyebabkan menurunnya minat pelanggan. Lokasi yang jauh dari pemukiman atau pusat kota mempersulit pelanggan untuk sampai ke sana dan membuat transportasi menjadi lebih mahal. Konsep pemasaran Anda saat ini harus mempertimbangkan tiga hal: Yang pertama adalah sistem transportasi perusahaan, yang tercermin dalam keputusan jadwal pengiriman dan pemilihan moda transportasi, dengan mempertimbangkan rute yang akan digunakan. Berikutnya adalah sistem penyimpanan.

Hal ini harus mempertimbangkan produksi fisik, misalnya dalam menentukan lokasi gudang untuk menyimpan jenis bahan dan jenis barang lainnya. Langkah ketiga adalah memilih jalur distribusi, yang melibatkan pertimbangan bagaimana produk akan dikirim ke pasar dan konsumen tergantung pada tujuan dan pemilihan lokasi.



d) Promosi

Promosi dan pemasaran memiliki nilai yang sangat penting bagi setiap bank atau perusahaan. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan dan mencapai target audiens dengan produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank atau perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan tujuan untuk menarik nasabah baru. Berbagai metode, termasuk periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, dan strategi periklanan lainnya, dapat diterapkan dalam kegiatan promosi ini. Dengan melakukan promosi yang efektif, konsumen akan mengembangkan minat terhadap produk Anda dan membuat keputusan untuk membelinya.

Menurut Bapak Herman Kartajaya, seorang ahli pemasaran dan syariah, pemasaran dalam perspektif Islam melibatkan proses menciptakan, mengirimkan, dan mengubah nilai antara berbagai pihak. Hal ini penting dilakukan dengan mematuhi nilai dan prinsip syariah serta memperhatikan kepentingan pemegang saham (Rivai, 2012).

Secara keseluruhan, prinsip dasar Mudharabah Syariah mencerminkan pedoman dalam menjalankan kegiatan bisnis (Antonio, 2001). Hal ini dapat ditemukan dalam ayat Al-Quran, QS. Al-Muzammil: 20: "Artinya: ..." serta dalam perilaku individu yang berusaha di dunia untuk mendapatkan bagian dari anugerah Allah (QS. Al-Muzammil: 20).

Surat al-Muzammil mengandung ayat yang dikenal sebagai "Yadribna Filard", yang menyiratkan bahwa upaya mencari rahmat Allah dapat dilakukan melalui prinsip mudarabah, yaitu dengan melibatkan kerjasama dalam perjalanan hidup. Ayat ini memastikan bahwa manusia diberi kebebasan untuk mengeksplorasi dan mencari aturan-aturan Allah di seluruh dunia. Tindakan tersebut dianggap halal dan sah karena mematuhi prinsip-prinsip syariah dan tidak menimbulkan kerugian bagi pihak manapun. Hal ini menjamin bahwa tidak ada penipuan atau ketidakjujuran yang dilakukan oleh kedua belah pihak untuk mempertahankan hubungan yang melanggar kesepakatan (Shahibul Maal). Dalam konteks penyaluran dana kepada masyarakat melalui akad Mudarabah dan Musharakah, bank berperan sebagai pemilik dana (Shahibul Maal), sementara nasabah berperan sebagai pengelola dana (Mudalib) (Hadi, 2011).

Apabila sebuah bank berperan sebagai mudharib, ada kemungkinan terjadinya kerugian operasional yang dapat merugikan pemilik dana (nasabah). Walaupun begitu, risiko ini umumnya dapat dikelola dengan baik berkat pengawasan yang ketat dari bank sentral terhadap sektor perbankan. Untuk menjaga kepentingan pemilik dana (nasabah), penting bagi semua sektor perbankan untuk mematuhi peraturan yang telah ditetapkan oleh bank sentral dan pemerintah (A. Karnaen, 2002).

Apabila bank berperan sebagai pemilik dana (Shahibul Maal), mereka menghadapi risiko yang meningkat karena tidak terdapat standar biaya yang ditetapkan untuk berbagai jenis usaha. Saat ini, standar biaya hanya terbatas pada upah minimum lokal (UMR), dan tidak ada biaya operasional tambahan yang



diperhitungkan. Selain itu, belum ada lembaga khusus yang menangani dan memberikan layanan kepada nasabah yang bertindak sebagai Mudarib. Oleh karena itu, risiko yang terkait dengan penyertaan modal dalam perjanjian kerjasama mudarabah dianggap lebih tinggi dibandingkan dengan transaksi perbankan lainnya, seperti pembiayaan perdagangan melalui akad murabahah, salam, istishna, dan ijarah.

Satu dari risiko dalam akad mudarabah adalah ketiadaan kewenangan bank sebagai pemberi modal untuk campur tangan dalam pengelolaan mudarabah. Sebagai akibatnya, bank diwajibkan menyediakan 100% modal yang diperlukan selama mudharib menyediakan layanan bisnis. Hasil dari bisnis yang dikelola akan dibagi sesuai dengan kesepakatan proporsi antara bank dan mudharib. Jika terjadi kerugian, bank akan menanggung seluruh atau sebagian kerugian finansial, tetapi manajemen tidak menerima komisi atas usahanya. Penyaluran dana kepada masyarakat lebih sering dilakukan melalui modal trade finance (murabahah) daripada modal (mudarabah dan musyarakah) karena risikonya lebih tinggi.

Pembiayaan melalui koperasi, baik dalam bentuk mudarabah maupun musyarakah, memiliki dampak langsung terhadap pertumbuhan ekonomi dengan memberikan peluang usaha baru, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat (Chairul, 2011). Risiko yang signifikan terkait dengan jenis pembiayaan ini menjadi alasan utama mengapa bank syariah masih ragu-ragu dalam memberikan pembiayaan mudarabah. Kehati-hatian ini muncul karena kesulitan dalam menemukan pengusaha yang memiliki integritas dan dapat diandalkan, sehingga mengurangi risiko moral hazard yang mungkin timbul dari pihak pelanggan.

4) Strategi Pemasaran Produk Keuangan di BMT Raudhah

Di tengah persaingan industri perbankan yang semakin kompetitif saat ini, setiap perusahaan harus meningkatkan upaya mereka dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk mereka dengan tetap mempertahankan kepercayaan nasabah melalui pelayanan yang unggul. Untuk memastikan aksesibilitas produk kepada pelanggan, berbagai pendekatan digunakan dalam mengenalkan, memasarkan, dan mempromosikan produk melalui berbagai platform media, termasuk media sosial, situs web resmi, dan lain sebagainya.

- a) BMT Advertising menghadirkan produk Anda kepada masyarakat melalui sistem modern yang memungkinkan pelanggan untuk mengakses dan mengeksplorasi iklan di situs web Anda secara online, tanpa perlu melakukan kunjungan fisik. Jangan ragu untuk melihat profil media sosial BMT atau mengunjungi situs resmi mereka untuk informasi lebih lanjut.
- b) Untuk mendistribusikan brosur, strategi promosi yang digunakan adalah dengan memberikan penjelasan kepada nasabah mengenai produk BPRS dan definisinya. Namun, biasanya brosur BPRS didistribusikan di lokasi-lokasi dengan tingkat lalu



lintas yang tinggi dan sering dikunjungi oleh masyarakat, seperti masjid, sekolah, pasar, dan area ramai lainnya.

- c) Dalam rangka menginformasikan identitas BMT kepada masyarakat, salah satu strategi yang digunakan adalah dengan memasang spanduk di sepanjang tepi jalan, terutama di pinggir jalan raya.
- d) BMT sangat mengutamakan strategi word-of-mouth sebagai cara untuk menyebarkan informasi tentang layanan dan kepuasan pelanggannya kepada masyarakat, terutama kepada nasabah lanjut usia. Oleh karena itu, menjaga loyalitas karyawan terhadap setiap nasabah sangatlah penting bagi BMT guna memastikan kolaborasi yang efektif dalam menyebarkan informasi tersebut.

Selain strategi-strategi di atas, BMT menggunakan strategi akuisisi untuk mendistribusikan brosur dan mendapatkan pelanggan baru. Dalam strategi ini, brosur didistribusikan ke destinasi-destinasi yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Salah satu acara yang digunakan dalam pemasaran produk adalah “Jumat Berkah”. Pada acara ini, BMT mengunjungi masjid-masjid tertentu yang sesuai dengan target yang telah ditetapkan, dan memberikan pembatasan tertentu kepada jamaah salat Jumat. Setelah itu, jamaah yang menerima peci akan diminta untuk mengisi formulir dengan rincian seperti KTP dan nomor ponsel, dan mereka juga akan diberikan produk-produk perbankan.

Jika perlu, langkah-langkah tindak lanjut akan diambil, termasuk melakukan pemeriksaan di Bank Indonesia atau menggunakan Sistem Informasi Debitur (SID) guna memverifikasi riwayat kredit pelanggan dan menentukan apakah mereka memiliki catatan yang kurang baik saat mengajukan pinjaman.

5. Kesimpulan

BMT, atau Baitul Mal wat Tamwil, adalah salah satu jenis lembaga keuangan mikro yang fokus pada pembiayaan syariah. Tujuan utama pendirian BMT adalah untuk membantu individu atau pihak yang membutuhkan dana dengan mengikuti prinsip-prinsip Islam (Syariah). BMT melakukan dua jenis kegiatan, yaitu Baitul Maal dan Baitul Tamwil. Sebagai Baitul Maal, BMT menerima dan mendistribusikan zakat, infaq, dan sadaqah sesuai dengan peraturan dan perintah yang berlaku. Sementara itu, sebagai Baitul Tamwil, BMT mengembangkan usaha produktif dan melakukan investasi untuk meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi di tingkat masyarakat bawah dengan mendorong tabungan dan memberikan dukungan keuangan.

Dalam konteks keuangan, istilah “mudarabah” merujuk pada sebuah konsep atau mekanisme yang berasal dari bahasa Arab yang memiliki arti “perjalanan bisnis”. Di Irak, istilah “darb” sering digunakan, sementara di wilayah Hijaz, masyarakat menggunakan istilah “Muharada” atau “Khirad” yang berarti “memotong”. Dalam pengertian ini, “Khirad” mengacu pada tindakan seorang pemilik modal yang memotong sebagian hartanya dan memberikannya kepada pengelola modal, sehingga juga melepaskan kepentingan bisnis yang dimilikinya.



Menurut PSAK 105, akad mudharabah dapat digolongkan menjadi tiga jenis: mudharabah mukayada, mudharabah musuraka, dan mudharabah mushitaraka.

- a) Mudaraba Muqayyada adalah bentuk kerjasama antara pemilik dana dan perusahaan pengelola, dengan ketentuan perusahaan pengelola tunduk pada batasan dari pemilik dana mengenai di mana, bagaimana dan apa yang akan diinvestasikan.
- b) Mudharabah Muthlaqah adalah suatu bentuk kerjasama antara pemilik dana dan pengelola yang tidak ada batasan dari pihak pemilik dana mengenai lokasi, sifat dan pokok penanaman modal.
- c) Mudaraba Musitaraka adalah suatu bentuk mudharabah dimana pengelola dana menggunakan modal atau dana dalam suatu kerjasama penanaman modal.

6. Daftar Pustaka

- Alhifni, Anas. Huda, Nurul. (2015). Kinerja LKMS Dalam Kegiatan Mendukung Ekonomi Rakyat Berbasis Pesantren (Studi Pondok Pesantren Darut Tauhid dan BMT Darut Tauhid). *Jurnal Aplikasi Manajemen Vol. 3, No. 4*, Hal 601
- Chairul Hadi, A. (2011). Problematika Pembiayaan Mudharabah Di Perbankan Syariah Indonesia. *Jurnal Mashlahah, Vol.2, No.1*
- Chalifah, Ela. Sodiq, Amirus. (2015). Pengaruh Pendapatan Mudharabah Dan Musyarakah Terhadap Profitabilitas (Roa) Bank Syariah Mandiri Periode 2006-2014. *Jurnal EQUILIBRIUM, Vol. 3, No. Hal 3*
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas UU No. 7 Tahun 1992 Tentang PERBANKAN Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.