

Analisis perbandingan antara rencana strategis Baitul Maal wat Tamwil di Indonesia berdasarkan fokus layanan

Akhmad Syifaul Janan^{1*}, Ahmad Ulul Mahasin² Moh. Arya Arfyansya³

^{1,2,3} Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
email : *janansifa3@gmail.com

Kata Kunci:

BMT; layanan; produk;
SWOT; kinerja

Keywords:

BMT; service; product;
SWOT; performance

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini ialah menganalisis perbandingan antara rencana strategis Baitul Maal wat Tamwil di Indonesia berdasarkan fokus layanannya. Alat analisis yang digunakan adalah SWOT (Strength, Weakness, Opportunity and Threat) kepada BMT Arta Bina, BMT MMU Sidogiri dan juga BMT BUS Lasem. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan kajian literatur dari penelitian sebelumnya melalui pengumpulan data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari BMT arta bina lebih memusatkan kepada

masyarakat kecil, pada BMT MMU lebih merujuk pada kegiatan dan pengelolaan pada anggota BMT MMU sedangkan BMT BUS Lasem lebih kepada nelayan disekitar pesisir pantai utara jawa. Seluruh BMT memiliki kinerja yang baik terutama pada variabel produk dan pelayanan dengan prinsip keuangan syariah.

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the comparison between Baitul Maal wat Tamwil's strategic plans in Indonesia based on their service focus. The analysis tool used is SWOT (Strength, Weakness, Opportunity and Threat) for BMT Arta Bina, BMT MMU Sidogiri and also BMT BUS Lasem. This research uses qualitative methods by reviewing literature from previous research through collecting primary and secondary data. The research results show that BMT Arta Bina focuses more on small communities, BMT MMU refers more to the activities and management of BMT MMU members while BMT BUS Lasem focuses more on fishermen around the north coast of Java. All BMTs have good performance, especially in product and service variables with sharia financial principles.

Pendahuluan

BMT adalah lembaga keuangan yang sangat berkontribusi terhadap masyarakat, BMT sendiri singkatan dari Baitul Maal Wa Tamwil yang berkerja dalam bidang zakat infaq serta sedekah. Peran BMT sangat dibutuhkan oleh masyarakat dengan kata lain BMT sebagai sarana untuk masyrakat mendapatkan pembiayaan baik untuk usaha mikro maupun usaha lainnya. BMT sendiri telah diatur oleh regulasi tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM). dalam artikel ini kami mengembangkan perbandingan strategi pemasaran yang diterapkan pada BMT Arta Bina BMT MMU Sidogiri dan BMT BUS



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

LASEM dengan menggunakan analisis SWOT baik dari produk dan layanan yang ditawarkan BMT BMT Arta Bina BMT MMU Sidogiri dan BMT BUS Lasem.

Awal mula Perkembangan BMT dindonesia pada tahun 1992 dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI). Dari situlah bermunculan BMT yang dapat menjangkau masyarakat menengah kebawah untuk menawarkan pembiayaan baik umkm serta usaha lainnya yang cenderung ditujukan pada masyarakat menengah kebawah. BMT menjangkau masyarakat dari berbagai kalangan untuk memberikan layanan keuangan berdasarkan prinsip Syariah (Fatah et al., 2023; Melinda & Segaf, 2023; Wafie & Segaf, 2023). Tujuan didirikan BMT ialah menghindarkan masyarakat dari ekonomi konvensional yang menghalalkan riba, memberikan pendampingan pembinaan penyuluhan serta pengawasan terhadap usaha pada masyarakat umum, menjauhkan ketergantungan pada renternir seta memprioritaskan keadilan dalam pemerataan ekonomi masyarakat (Shabarullah, n.d.; UNIBA & Nourma Dewi, 2017).

Pembahasan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa ketiga BMT ini mempunyai karakteristik masing masing baik produk yang ditawarkan. Berikut adalah perbandingan karakteristik layanan seluruh objek penelitian ini:

- A. BMT Arya Bina sebagai lembaga keuangan syariah pada sejak berdiri pada tahun 2007 memiliki prinsip dan sistem yang mengaplikasikan pada Al Qur'an dan hadits adapun tujuan dan visi misi Arta Bina ialah meningkatkan serta mengembangkan ekonomi masyarakat khususnya usaha kecil. Berikut adalah produk yang ditawarkan:

Tabel 1.1 Produk BMT Arta Bina

Produk BMT Arta Bina	Penjelasan
Penghimpunan dana	• Simpanan mudharabah dengan sistem bagi hasil • Simpanan yang dugunakan bagi pelajar dalam memenuhi biaya pendidikan mulai dari o tahun sampai perguruan tinggi • Simpanan umum yaitu simpanan idul fitri dan walimah
Penyaluran dana	• Pembiayaan mudharabah dengan keuntungan pada kesepakatan diawal • Pembiayaan musyarakah penyetoran modal dengan jumlah yang telah disepakati untuk usaha pada pembagian hasil berdasarkan nisbah • Pembiayaan al-qard

Pelayanan dan Operasional

1. Variable : Kualitas layanan pembiayaan

Definisi: Kualitas layanan ini sebagai bentuk kinerja dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam mengimplementasikan penuhan kebutuhan atau keinginan dalam memenuhi kehidupannya.

Indicator: Prospek usaha kehandalan kecakapan jaminan empati

2. Variabel: Kepuasan umkm binaan

Definisi: Kepuasan nasabah yaitu pada umkm dengan mewujudkan pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian ulang terhadap barang maupun layanan yang dipilih

Indicator: Memilih layanan dan barang sesuai keinginan, melakukan pembelian terulang atau menjadi pelanggan tetap nasabah merekrut orang lain untuk menjadi bagian BMT (Aldiansyah, 2021).

Pada penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan terhadap pembiayaan terhadap kepatuhan UMKM BMT Arta Bina yaitu jika terjadi peningkatan variabel kualitas pelayanan maka variabel kepatuhan juga mengalami peningkatan dengan kata lain kedua variabel ini tersinkronisasi antara satu variabel dan variabel lainnya yang berjalan positif dan signifikan. UMKM menjadi pusat perhatian BMT ini karena peran pentingnya bagi ekonomi nasional (Al Idrus et al., 2016; Diana et al., 2020; Sarif et al., 2023).

B. Koperasi BMT Masalah awal mulanya bernama MMU (Maslahah Mursalah lil ummah) berdiri sejak tahun 1997 dalam sejarahnya terbentuknya BMT Masalah yaitu karena masyarakat khususnya di Madrasah Miftahul Ulum di Sidogiri yang melihat kenyataan bahwa masyarakat kurang memperhatikan kaidah-kaidah islam dalam praktek ekonomi yang mengarah pada unsur ribawi. Tujuan dalam pembentukan BMT MMU Sidogiri yaitu untuk membantu masyarakat dalam hal ekonomi adapun produk yang diberikan BMT MMU Sidogiri.

Tabel 2.1 Produk BMT MMU Sidogiri

Produk BMT MMU SIDOGIRI	Penjelasan
Penghimpunan dana	• Dari anggota dan calon anggota • Masyarakat dengan akad wadi'ah atau mudharabah/qirad atau qard
Penyaluran dana	• Musyarakah atau syirkah, itu penyertaan modal BMT pada usaha anggota yang dipergunakan untuk tambahan modal • Murabahah, pembiayaan BMT yang dipergunakan untuk membeli barang berdasarkan prinsip jual beli dengan sistem pembayaran jatuh tempo • Ba'i bitsaman ajil, pembiayaan BMT yang dipergunakan membeli barang modal

	kerja berdasarkan prinsip jual beli dengan sistem pembayaran angsuran • Qordh hasan, pembiayaan dari BMT dan pengembaliannya tanpa pembagian keuntungan
--	---

Tabel 1.3 Produk dan Layanan BMT MMU Sidogiri

Varibel	Indikator	Penjelasan
Kualitas layanan	Makna kualitas dalam konsep pelayanan publik dengan metode pembiayaan dalam kepuasan masyarakat	Segmen pasar tingkat kebutuhan keterampilan penyedia jasa tujuan regulasi
Kepuasan produk dan layanan	Kepuasan ini mencakup produk dan layanan yang memproyeksikan hasil yang positif	Produk layanan memberikan kualitas meliputi kepedulian dan perhatian kepada pelanggan

C. BMT BUS Lasem Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baitul Maal wa Tamwil Bina Ummat Sejahtera didirikan dan diprakarsai oleh pimpinan Ikatan Cendekiawan Islam Indonesia (ICMI) Orsat Rembang dan didirikan pada tanggal 10 November 1996, berlokasi di wilayah pesisir utara Pulau Jawa. Di kalangan nelayan kecil Lasem. Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) BMT Bina Ummat Sejahtera Kec Lasem yang bergerak di bidang pembiayaan, simpanan dan investasi sesuai dengan pola bagi hasil (syariah). KJKS BMT BUS Kec Lasem merupakan lembaga keuangan yang menawarkan prinsip syariah dengan sistem bagi hasil sebagai strategi unggulan dalam mendapatkan nasabah. Lembaga keuangan seperti KJKS BMT BUS Kec Lasem ini harus selalu berorientasi kepada keinginan dan kebutuhan konsumen. Berikut produk-produk yang ditawarkan oleh BMT BUS Lasem:

Tabel 1.4 Produk BMT BUS Lasem

Produk BMT BUS Lasem	Penjelasan
Penghimpunan dana	• Si Rela (tabungan dengan sistem jempot bola) • Si Tara (tabungan dengan fasilitas ATM) • Si Suka (investasi) • Si Sidik (simpanan pendidikan) • Si Haji (untuk ibadah haji) • Si Aqur (untuk qurban)

	• Si Safa (dengan akad wadiah dengan jangka waktu 36 bulan) • Si Marwa (dengan akad wadiah dengan jangka waktu 30 bulan)
Penyaluran dana	• Mudharabah (modal usaha) • Ba'i Bitsaman Ajil (BBA), (angsuran pembelian barang) • Murabahah (pengadaan barang) • Qardul Hasan (kepentingan sosial)

Produk, kualitas pelayanan dan minat menabung pada BMT BUS Lasem

1. Variable: produk

Definisi: Produk adalah segala sesuatu yang Kinerja dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan

Indicator: kerja reliabilitas spesifikasi yang sesuai daya tahan ketersediaan perbaikan estetika kualitas yang dirasakan.

2. Variable: kualitas layanan pembiayaan

Definisi: Kualitas layanan ini sebagai bentuk kinerja dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam mengimplementasikan penuhan kebutuhan atau keinginan dalam memenuhi kehidupannya.

Indicator: Tangible (bukti fisik), Reliability (keandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurdace (jaminan), Emphday (empati).

3. Variable: minat

Definisi: Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.

Indicator: Minat Transaksional, Minat Refrensial, Minat Preferensial

Pada hasil penelitian menunjukkan hasil dimana tabungan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung secara parsial, dan secara simultan tabunganproduk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung. Sehingga semakin baik produk dan pelayanan yang diberikan oleh BMT BUS Lasem akan semakin meningkatkan minat menabung nasabah (Susanto et al., 2012)

Tabel 1.5 Analisis SWOT

1. BMT Arta Bina 2. BMT MMU Sidogiri 3. BMT BUS Lasem	1. BMT Arta Bina 2. BMT MMU Sidogiri 3. BMT BUS Lasem
---	---

a. Produk banyak diminati nasabah b. Pelayanan yang baik c. Pegawai yang mempuni	a. Lokasi BMT BUS Lasem yang strategis b. Minat menabung nasabah yang tinggi c. Kesan baik di masyarakat
1. BMT Arta Bina 2. BMT MMU Sidogiri 3. BMT BUS Lasem a. Inovasi produk b. Fasilitas yang ada,	1. BMT Arta Bina 2. BMT MMU Sidogiri 3. BMT BUS Lasem a. BMT atau lembaga keuangan syariah disekitar b. Minat nasabah yang sering berubah-ubah

Kesimpulan dan Saran

BMT yang merupakan lembaga keuangan syariah di Indonesia memberikan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip agama Islam. Dari penelitian ini faktor produk dan layanan yang diberikan merupakan dari perbandingan seluruh objek penelitian tersebut, dengan mengungkapkan bahwa pelayanan dan produk yang diberikan sesuai dengan prinsip kaidah Islam. Kualitasnya sama-sama baik dengan konsep funding and lending yang sesuai dengan prinsip Islam. BMT Arta Bina lebih memusatkan kepada masyarakat kecil, pada BMT MMU lebih merujuk pada kegiatan dan pengelolaan pada anggota BMT MMU sedangkan BMT BUS Lasem lebih kepada nelayan disekitar pesisir pantai utara Jawa dari hasil tersebut ke-3 BMT harus memperluas segmentasi.

Daftar Pustaka

- {Aldiansyah, I. (n. d.). (2021). . *Peran Customer Service Pada BMT Arta Bina Kota Serang dalam menangani komplain*.
- Al Idrus, S., Meldona, M., & Segaf, S. (2016). *Pengaruh karakteristik sosio-kultural terhadap orientasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Studi perbandingan Kediri dan Malang*.
- Diana, I., Segaf, S., Ibrahim, Y., Minai, M. S., & Raza, S. (2020). Barriers to small enterprise growth in the developing countries: Evidence from case studies in Indonesia and Malaysia. *Academy of Strategic Management Journal*, 19, 1–10.
- Fatah, M. I., Asnawi, N., Segaf, S., & Parmujianto, P. (2023). Case study at KSPPS BMT UGT nusantara Indonesia an analysis of using mobile applications to increase fee-based income. *Enrichment: Journal of Management*, 13(2), 1182–1191.
- Melinda, E., & Segaf, S. (2023). Implementation of Risk Management in Murabahah Financing At Bmt UGT Nusantara Nusantara Pasuruan. *Enrichment: Journal of Management*, 13(2), 914–920.

- Putra, P. (2015). Kinerja baitul maal wa at-tamwil (bmt) masalah lil ummah-pondok pesantren sidogiri menggunakan balance scorecard modifikasian. *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, 6(2), 45–63.
- Sarif, R., Susanto, R. M., Retnasih, N. R., & Segaf, S. (2023). Revolutionizing Resilience: MSMEs' Journey with Digital Strategies in Post-Pandemic Recovery. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 8(3), 203. <https://doi.org/10.32503/jmk.v8i3.4145>
- Shabarullah, S. (n.d.). Implimentasi Undang-Undang No 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat di Baitul Maal wa Tamwil. *Az-Zarqa': Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 10(2).
- Susanto, M. D. A., Waluyo, H. D., & Listyorini, S. (2012). Pengaruh Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera Kec. Lasem. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(2), 177–186.
- UNIBA, F. H., & Nourma Dewi, S. H. (2017). Regulasi keberadaan baitul maal wat tamwil (bmt) dalam sistem perekonomian di indonesia. *Serambi Hukum*, 11(01), 96–110.
- Wafie, S., & Segaf, S. (2023). Pemanfaatan Informasi Dan Teknologi Dalam Implementasi Manajemen Pengendalian Risiko Likuiditas Di Bmt Ugt Nusantara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3).
- .