

**ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN DALAM PENGEMBANGAN
PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BMT AL-AMAL
KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E)

OLEH :

ILIN MEITASARI
1611140053

**PRODI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
BENGKULU, 2021 M/1442 H**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan

1. Skripsi dengan judul "Analisis Peluang Dan Tantangan Dalam Pengembangan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Al-amal Kota Bengkulu", adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing
3. Didalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Februri 2021 M
Rajab 1442 H

Mohonnya Yang Menyatakan
METERAI TEMPEL
4F588AHF006688529
6000
ENAM RIBU RUPIAH

ILIN MEITASARI
1611140053

SURAT PERNYATAAN PLAGIASI

Nama : Ilin Meitasari
Nim : 1611140053
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Analisis Peluang Dan Tantangan Dalam Pengembangan BMT Di Kota Bengkulu

Telah dilakukan verifikasi plagiasi melalui <http://smallseotools.com/plagiarism-checker/> skripsi yang bersangkutan dapat diterima dan tidak memiliki indikasi plagiasi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Apabila terdapat kekeliruan dalam verifikasi ini maka akan dilakukan tinjauan ulang kembali.

Bengkulu, Februari 2021

Mengetahui Tim Verifikasi



Dr. Nurul Hak, M.A
NIP. 196606161995031002

Yang Membuat Pernyataan



Ilin Meitasari
NIM. 1611140053

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh ILIN MEITASARI, NIM 1611140053 dengan judul "Analisis Peluang dan Tantangan Dalam Pengembangan Produk Pembiayaan Murabahah di BM1 'Al-amal Kota Bengkulu", Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan di perbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk di urikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

**Bengkulu, 09 Februari 2021 M
27 Jumadil Akhir 1442 H**

Pembimbing I

**Dra. Fatimah Yunus, M.A
NIP. 196303192000032003**

Pembimbing II

**Eka Sriwahyuni, SE, MM
NIP.197705092008012014**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.iainbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Analisis Peluang dan Tantangan Dalam Pengembangan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Al-amal Kota Bengkulu"

oleh Ilin Meitasari NIM. 1611140053, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 18 Februari 2021 M/ 07 Rajab 1442 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Bengkulu, 19 Februari 2021 M

07 Rajab 1442 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Dr. Nurul Hak, M.A.
NIP.196606161995031002

Penguji I

Dr. Nurul Hak, M.A.
NIP.196606161995031002

Sekretaris

Debby Arisandi, MBA
NIP.19860919201932012

Penguji II

Drs. H. Syaiffudin, M.M.
NIP.196204081989031008

Mengetahui,
Dekan

Dr. Asnaini, M.A.
NIP. 197304121998032003

MOTTO

“Jangan Pergi Mengikuti Kemana Jalan Akan Berujung.

Buat Jalanmu Sendiri Dan Tinggalkan Jejak”

(Ralph Waldo Emerson)



PERSEMBAHAN

Dengan penuh kerendahan hati, karya ini kupersembahkan kepada:

1. Kepada kedua orang tuaku **ibuku (sukarmi) dan bapak (herman) yang sangat saya cintai dan saya sayangi, yang telah membesarkanku, memberikan kasih sayang sepenuhnya untukku, segala jerih usahanya untuk kebahagiaan anaknya, serta pengorbanan baik moril atau material. Kedua orang tua yang terhebat yang menjadi motivasiku, disini sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini untuk kedua orang tuaku yang aku cintai dan sayangi.**
2. Untuk seluruh keluargaku terima kasih atas dukungan dan motivasinya.
3. Untuk dosen pembimbing ku **ibu Dra. Fatimah Yunus, MA dan Ibu Eka Sri Wahyuni, SE, MM yang telah membimbingku selama ini, semoga kebaikan-kebaikan selalu menyertai kalian. Aamiin allahumma aamiin.**
4. Untuk **BMT Al-Amal** terima kasih atas partisipasinya yang sudah memberikan saya izin untuk melakukan penelitian di **BMT Al-Amal**.
5. Untuk sahabat- sahabatku (**Billa A, Bella Z, Cindi, Marshalida, Reren Y, Sinta A, Ulva M, Yulia C**) yang selalu mengingatkan jika saya lalai, lupa dan terlena akan tugas dan skripsi.
6. Untuk **mbak Umi Khoirum, Mbak indira Efrianta, Mbak Wahyuni, Ayu Fitri Astuti, Lesi Meji Lestari** yang selalu memberikan support dalam keadaan apapun.

7. Untuk almamater ku Institut Agama Islam Negeri Bengkulu yang telah memberikanku banyak pelajaran sehingga menjadikan saya pribadi yang lebih baik.

8. Untuk organisasi tercinta UKK KSR PMI IAIN BENGKULU yang telah memberikan saya pelajaran dan pengalaman yang tidak terlupakan.



ABSTRAK

Peluang Dan Tantanga Dalam Pengembangan Produk Pembiayaan Murabahah di
BMT Al-amal Kota Bengkulu
Oleh Ilin Meitasari, NIM 1611140053

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peluang dan tantangan dalam pengembangan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Amal Kota Bengkulu. Untuk mengungkap persoalan tersebut, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Jenis Penelitian yang digunakan adalah Peneliiian Deskriptif, menganalisa dan menyajikan fakta, sehingga lebih mudah dipahami dan disimpulkan. Hasil dari penelitian ini yaitu: 1). Tantangan yang di hadapi BMT Al-Amal dalam mengembangkan pemasaran produknya adalah banyaknya pesaing, masih banyak masyarakat yang minim pengetahuannya tentang BMT Al-Amal, promosi menggunakan brosur kurang efektif. 2) Peluang yang di miliki BMT al-amal adalah segmentasi pasar yang relatif luas, proses melakukan pembiayaan mudah, lokasi yang mudah dijangkau dimana lokasi dekat dengan perkantoran dan perumahan.

Kata Kunci: Peluang, Tantangan, Pengembangan, produk, Pembiayaan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa terucap kepada Allah Swt atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Peluang Dan Tantangan Dalam Pengembangan BMT di Kota Bengkulu”. Shalawat dan salam semoga selalu senantiasa dilimpahkan pada manusia terbaik dimuka bumi ini Nabi Allah Muhammad SAW.

Penulisan ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah , Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam penyusunan skripsi ini ,penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh demikian penulis ingin mengucapkan trimakasih kepada.

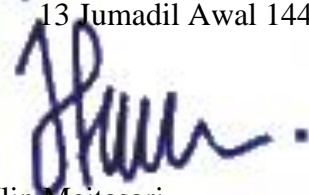
1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektori Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
3. Desi Isnaini, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
4. Dra. Fatimah MA, selaku dosen Pembimbing I yang telah memberi bimbingan, motivasi,semangat,dan arahan dengan penuh kesabaran.

5. Eka Sri Wahyuni, SE. MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberi bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
6. Kedua orang tuaku dan keluargaku yang selalu memberi semangat dan mendo'akan kesuksesan dan kelancaran penulis.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (IAIN) Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan ilmunya dengan penuh keikhlasan.
8. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari akan banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini kedepan.

Bengkulu, 28 Desember 2020M

13 Jumadil Awal 1442H



Ilin Meitasari

NIM.1611140053

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN	
MOTTO	ii
PERSEMBAHAN.....	iii
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Penelitian Terdahulu.....	8
F. Metode Penelitian	10
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	10
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	11
3. Subjek/Informan Penelitian	11
4. Sumber Data Penelitian	12
5. Teknis Pengumpulan Data	12
6. Analisa Data.....	13
G. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Peluang Dan Tantangan	17
1. Peluang	17
2. Tantangan	20
B. Pengembangan	24
C. Pembiayaan Murabahah	32

D. BMT (Baitull Maal Tamwil).....	35
-----------------------------------	----

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah BMT Al-Amal	42
B. Visi BMT Al-Amal	43
C. Misi BMT Al-Amal.....	44
D. Tujuan BMT Al-Amal.....	44
E. Produk Himpunan.....	45
F. Produk Pembiayaan.....	45
G. Struktur	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	48
B. Pembahasan.....	53

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	59
B. Saran	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Nasabah	6
Tabel 1.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	8

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi BMT	47
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Bukti Pengajuan Judul Proposal
Lampiran 2	: Daftar Hadir Seminar Proposal
Lampiran 3	: Catatan Perbaikan Proposal Skripsi
Lampiran 4	: Halaman Pengesahan Seminar Proposal
Lampiran 5	: Surat Keterangan Perubahan Judul
Lampiran 6	: Surat Penunjukan Pembimbing Skripsi
Lampiran 7	: Halaman Pengesahan Izin Penelitian
Lampiran 8	: Surat Permohonan Izin Penelitian
Lampiran 9	: Surat Rekomendasi Penelitian Kesbangpol
Lampiran 10	: Pedoman Wawancara
Lampiran 11	: Lembar Bimbingan Skripsi
Lampiran 12	: Dokumentasi

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdirinya BMT (Baitul Maal) bersamaan dengan usaha pendirian bank yariah di Indonesia, yakni tepatnya pada tahun 1990. BMT semakin berkembang tatkala pemerintah mengeluarkan kebijakan hukum ekonomi UU No. 7/1992 tentang perbankan dan PP No. 72/1992 tentang bank pengkreditan rakyat berdasarkan bagi hasil.¹

Dampak dari belum ada kejelasan mengenai dasar hukum dan bagaimana kelembagaan BMT mengakibatkan keberagaman status BMT itu sendiri. Hal ini tentu juga akan berimbas pada aspek-aspek lainnya seperti bagaimana mekanisme pendirian BMT, pertanggung jawaban BMT, pengawasan BMT dan masih banyak hal lainnya. Saat ini BMT ada yang telah berbadan hukum dan ada pula yang belum berbadan hukum. BMT yang berbadan hukum, pada umumnya menggunakan badan hukum yayasan dan koperasi. Sedangkan BMT yang belum berbadan hukum pada umumnya menggunakan KSM (Kelompok Swadaya Masyarakat).² Dan ada beberapa BMT yang tidak diketahui bentuk hukumnya. Status hukum BMT dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu :

¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011), h. 120.

² Fadillah Mursyid, *Kebijakan Resugulasi Baitul Maal Wat Tamwil Di Indonesia*, Nurani, Vol. 18, No. 2, Desember 2018: 9 -30

- a. BMT berstatus hukum koperasi. BMT yang berbadan hukum koperasi dalam melakukan kegiatan usahanya baik berupa menghimpun dana maupun menyalurkannya mengacu pada aturan UU No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, PP RI No. 9 Tahun 1995 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam oleh koperasi, Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah, dan Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah 35.2/Per/M.KUKM/X/2007 tentang Pedoman Standar Operasional Manajemen Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah. BMT yang berstatus hukum koperasi adalah seperti KSP (Kantor Staff Presiden), KSU (Koperasi Serba Usaha).
- b. maupun menyalurkannya mengacu pada aturan UU No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, PP RI No. 9 Tahun 1995 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam oleh koperasi, Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah, dan Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah 35.2/Per/M.KUKM/X/2007 tentang Pedoman Standar Operasional Manajemen Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah. BMT yang berstatus hukum koperasi adalah seperti KSP (Kantor Staff Presiden), KSU (Koperasi Serba Usaha).

- c. BMT berstatus hukum yayasan. Hal tersebut mengacu pada UU No. 28 Tahun 2004 tentang Yayasan. Penggunaan status hukum yayasan bagi BMT tidak sesuai dengan Buku Panduan BMT yang dikeluarkan PINBUK.
- d. BMT yang belum memiliki status hukum. Pada umumnya BMT yang belum memiliki status hukum menggunakan bentuk Kelompok Swadaya Masyarakat atau Lembaga Swadaya Masyarakat.¹

Secara konseptual, banyak ayat al- quran yang menegaskan tentang ajaran kepada seorang muslim untuk mengembangkan ekonominya serta bagaimana etika pengembangan ekonomi harus dikembangkan seorang muslim. Allah berfirman dalam al-quran pada surah Al- Jumuah ayat 10 :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا
اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ١٠

Artinya : apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu dimuka bumi, dan carilah karuina allah dan ingatlah allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. (QS. Al-Jumuah :10).²

Penjelasan ayat tersebut adalah memerintahkan apabila selesai urusan dengan allah maka harus berusaha, jangan berpangku tangan, untuk menjadi rahmatan lil'alamain supaya beruntung dunia dan akhirat.

¹Abd. Somad, *Hukum Islam (Penormaan Prinsip Syariah Dalam Hukum Indonesia)*. (Jakarta : Kencana, 2012), h. 111

²Departemen Negara RI, *Al-Aliyy*, (Bandung:CV Diponegoro, 2005), h. 442

Ayat ini berkaitan dengan judul yang penulis ambil bagaimana BMT untuk mengembangkan usaha agar lebih maju lagi.³

Terkait dengan perkembangan BMT saat ini, penulis memilih BMT Al-Amal. Agar perusahaan dapat melihat sebesar apa peluang yang dapat diambil dan tantangan apa yang bisa mengancam perkembangan BMT ini. Setiap bisnis harus merancang strategi untuk mencapai tujuannya. Selama melakukan strateginya, perusahaan harus menelusuri hasilnya dan memantau perkembangan baru di lingkungan internal dan eksternalnya.⁴

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli Potensial.⁵ strategi pemasaran berusaha menanamkan perusahaan dan produknya dibenak pelanggan. Strategi ini bertujuan untuk mencapai *how to win the market*. Komponen dalam strategi pemasaran meliputi pemetaan pelanggan, kelompok pelanggan, aspek psikografis dan lain sebagainya.⁶

³ Muhammad Subhan, “*Strategi Pemasaran Syari’ah Pada BMT Al-Amanah Dalam Meningkatkan Modal dan Penyaluran Pembiayaan*”, Universitas Islam Negeri Thaha Saifuddin Jambi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2018.

⁴ Abd. Somad, *Hukum...*, h.113

⁵ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007), h. 25

⁶ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam...*, h. 25

Persaingan usaha yang semakin ketat dan penuh tantangan, menyebabkan lembaga keuangan syariah non perbankan khususnya pihak manajemen BMT harus mampu merancang dan menyusun strategi pemasaran yang mampu menjawab dan memenuhi tantangan pasar serta menjadikannya sebagai peluang pasar pada kancah persaingan bisnis baik masa sekarang ataupun masa yang akan datang. Perusahaan yang memiliki kapasitas untuk menyelesaikan persoalan pemasaran dan menemukan peluang-peluang yang terjadi di pasarlah, yang bisa memenangkan persaingan. Dalam kondisi dan situasi seperti ini, pihak manajemen BMT didorong agar lebih aktif berperan dalam menyalurkan dan memperkenalkan produk-produknya supaya nasabah bisa tertarik terkait keputusan untuk memilih produk penyimpanan atau pembiayaan yang tersedia. Keputusan untuk memilih menjadi nasabah pada lembaga keuangan tertentu sama dengan keputusan untuk membeli pada konsumen terhadap produk tertentu pula. Hal ini disebabkan keputusan untuk memilih menjadi nasabah, prosesnya tidak berbeda dengan keputusan membeli.⁷

Peluang dan tantangan pemasaran merupakan dua hal yang sama membutuhkan penanganan yang serius. Peluang pemasaran pada dasarnya merupakan suatu kesempatan yang harus dimanfaatkan atau dikelola perusahaan. Namun apabila peluang tersebut tidak dapat dikelola atau dimanfaatkan dengan baik maka peluang tersebut akan

⁷ Kasmir, Pemasaran Bank, Edisi Revisi, Cet. IV (Jakarta Kencana, 2010), h. 58

berubah menjadi suatu tantangan yang dapat mengancam keberadaan perusahaan. Demikian pula dengan tantangan yang ada pada dasarnya merupakan ancaman yang harus diantisipasi atau diatasi oleh perusahaan. Apabila tantangan tersebut mampu ditangani dengan baik maka tantangan tersebut justru akan menjadi suatu peluang yang dapat dimanfaatkan.⁸

Dari observasi awal yang penulis lakukan pada BMT Al-Amal Bengkulu, banyak sekali tantangan dalam melakukan strategi pemasaran BMT di Kota Bengkulu, melihat sudah banyaknya lembaga keuangan syariah lainnya, tetapi masih ada peluang untuk pemasaran BMT di Kota Bengkulu, jika tidak ada peluang tidak akan BMT masih Berdiri sampai saat ini⁹.

No.	Lembaga	Data Nasabah	Tahun
1.	BMT Al-Amal	1223 Nasabah Tabungan, 27 Nasabah Pembiayaan	2018
2.	BMT Al-Amal	1224 Nasabah Tabungan 61 Nasabah Pembiayaan	2019

Tabel 1.1 Data Nasabah

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Peluang Dan Tantangan Dalam Pengembangan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Amal Kota Bengkulu ”**.

⁸ M.Nur, Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 42

⁹ Gustiani, *Customer Service*, Wawancara, Tanggal 13 Februari 2020

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat disimpulkan yaitu :

1. Bagaimana Tantangan Dalam Pengembangan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Amal Kota Bengkulu?
2. Bagaimana Peluang Dalam Pengembangan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Amal Kota Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk Mengetahui Tantangan Dalam Pengembangan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Amal Kota Bengkulu ?
2. Untuk Mengetahui Peluang Dalam Pengembangan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Amal Kota Bengkulu ?

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Secara akademis penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi literatur di bidang keuangan. Selain itu diharapkan pula dapat memperkaya perkembangan ilmu dalam bidang keuangan perbankan dan membuat strategi dalam perkembangan BMT Al-Amal di Kota Bengkulu.

2. Manfaat praktis

- a. Di harapkan dapat di jadikan masukan bagi masyarkat umum penggunaan jasa Lembaga Keuangan Syariah baik kreditor, debitor maupun investor dalam pertimbangan sebagai dasar pengembalian keputusan investasinya.
- b. Bagi BMT Al-Amal dapat di gunakan sebagai dasar untuk mengambil kebijakan guna meningkatkan kinerja perusahaannya sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan serta dapat membuat strategi Pemasaran.

3. Manfaat akademik

Di harapkan dapat menjadi sebuah realisasi yang dapat di jadikan sebagai bentuk kontribusi bagi pendidikan institut agama islam negeri (IAIN) Bengkulu, terkhususnya untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

E. Penelitian Terdahulu

No	Nama pengarang	Judul penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Siti Himairah (Skripsi, 2017)	Strategi <i>Public Relations</i> Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan “Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Bengkulu”	Persamaannya terletak pada pembahasan yaitu sama-sama membahas tentang strategi BMT di kota bengkulu	Perbedaannya terletak pada pembahasannya yaitu penelitian penulis membahas tentang strategi pemasaran BMT di Kota Bengkulu sedangkan penelitian ini membahas tentang Strategi <i>Public Relation</i> untuk

				mempertahankan citra BMT Kota Bengkulu
2	Hafidh Munawir (Jurnal Nasional)	Perencanaan Strategi Pengembangan Bank Syariah di Indonesia, Jurnal Ilmiah Teknik Industri,	persamaannya dengan penelitian yang penulis ambil yaitu sama-sama membahas tentang strategi	perbedaannya adalah peneliti yang penulis ambil meneliti tentang strategi pemasaran, sedangkan penelitian ini meneliti tentang strategi pengembangan.
3	Yuliani (Skripsi)	Analisis SWOT Produk Cicil Emas pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin	Adapun Persamaannya adalah sama-sama menggunakan analisis SWOT,	Adapun perbedaan penelitian ini membahas tentang analisis SWOT dalam produk cicilan emas sedangkan penelitian yang penulis ambil membahas tentang analisis SWOT dalam strategi pemasaran.
4	Syauqi Jazuli (Skripsi)	Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada BMT El- Syifa Ciganjur	Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis ambil yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran	adapun perbedaannya yaitu penelitan penulis meneliti tentang strategi pemasaran BMT, sedangkan penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran produk BMT.
5	Mega Chadha (Jurnal Internasional)	<i>“International Marketing Strategy In The Retail Banking</i>	Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian	Perbedaannya adalah terletak pada tempat penelitian dan

	al)	<i>Industry: The Case Of ICICI Bank In Canada</i> ”	yang penulis ambil yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran	lembaga yang akan diteliti, penulis mengambil penelitian di bmt kota di Bengkulu sedangkan penelitian Mega Chadha Bank di Canada.
--	-----	--	--	---

Tabel 1.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Pendekatan Penelitian

a. Jenis

Jenis penelitian yang di gunakan adalah penelitian Lapangan dengan melakukan analisis hanya pada sampai tahap deskriptif, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis, sehingga lebih mudah untuk di pahami dan di simpulkan.

b. Pendekatan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam pendekatan ini penelitian kualitatif maka menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.¹⁰ Kesimpulan yang di berikan selalu jelas data faktualnya sehingga semuanya selalu dapat di kembalikan langsung pada data yang di peroleh. Uraian kesimpulan di dasari oleh angka yang di olah tidak terlalu dalam.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian*, h. 329.

Kebanyakan pengolahan datanya di dasarkan pada analisis persentase dan analisis kecenderungan.¹¹ Maka penelitian ini, dengan pendekatan kualitatif deskriptif dapat di himpun data sewajarnya terarah dan dapat di pertanggung jawabkan dan di harapkan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *Analisis Peluang Dan Tantangan Dalam Pengembangan Pemasaran BMT di Kota Bengkulu*”

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian yang di gunakan untuk melakukan penelitian ini dari tanggal 21 september 2020 – 04 januari 2021, dengan tenggang waktu tersebut peneliti merasa cukup untuk menggali serta mengumpulkan data dan fakta berupa informasi dari subjek maupun informan yang berhubungan dengan permasalahan tersebut. Lokasi tempat penelitian ini adalah BMT Al- Amal (Jl. Dempo Raya No. 40 Bengkulu).

3. Subjek/ Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah karyawan bagian pemasaran dan 10 orang nasabah di BMT Al-Amal Kota Bengkulu. tehnik yang digunakan adalah *Purrovssive Sampling* merupakan salah satu tehnik pengambilan sample secara sengaja atau sfesifik yang artinya peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil.

4. Sumber Data Penelitian

¹¹ Sugiyono, *Metode...*, h. 346

- a. Sumber data primer adalah data yang secara langsung di peroleh dari hasil *interview* kepada responden yang di jadikan subyek penelitian, terdiri dari Karyawan dan Bagian Pemasaran.
- b. Data sekunder adalah data yang mendukung atas permasalahan yang akan di bahas, di peroleh dari berbagai sumber baik berupa buku, jurnal, website dan lainnya yang berhubungan dengan Analisis Peluang dan Tantangan Dalam Pengembangan Pemasaran BMT di Kota Bengkulu.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan.¹² Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan beberapa teknik sebagai berikut :

- a. Observasi (Pengamatan) di lakukan langsung untuk melihat secara langsung aktifitas pemasaran yang di lakukan oleh BMT Al-Amal sehingga peneliti mengetahui dan memperoleh informasi mengenai peluang dan tantangan dalam pengembangan pemasaran produknya
- b. Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang di gunakan untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan

¹²Sugiyono, *Metode...*, h. 352

keterangan pada si peneliti. Wawancara ini bisa di pakai untuk melengkapi data yang di peroleh melalui observasi.¹³ wawancara dalam penelitian ini ialah mewawancarai Karyawan Bagian yang bertanggung jawab di pemasaran dan 10 orang nasabah.

- c. Dokumen adalah Teknik ini menggunakan untuk mengumpulkan data beberapa catatan dan laporan yang berhubungan dengan data yang di gali. Adapun data yang di dapat dari mengkaji dokumentasi ini adalah mengenai gambaran umum lokasi penelitian (profil), struktur organisasinya, serta produk dan layanan- layanan BMT dan Al-Amal.

6. Analisis Data

Analisis data bermaksud untuk mengorganisasikan data yang terkumpul. Penulis menggunakan model miles dan huberman, yaitu analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang di wawancarai. Bila jawaban yang di wawancarai setelah analisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu di peroleh data yang di anggap kredibel.¹⁴ Data-data yang telah di peroleh di lokasi penelitian di analisis dengan langkah sebagai berikut :

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis "Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, d* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 401.

¹⁴ Sugiyono, *Metode....*,h. 246

- a. Reduksi Data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan yang tertulis di lapangan dan merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data. Pada tahap ini, dari beberapa data yang telah didapatkan dan dibuat oleh penulis pada saat penelitian, tidak semuanya harus di cantumkan dan di analisis dalam skripsi ini. Namun, penulis melakukan pemilihan, penggolongan dan pengorganisasian data yang relevan atau sesuai dengan data yang di butuhkan untuk memecahkan permasalahan penelitian. Setelah itu, langkah selanjutnya yang dilakukan penulis adalah menganalisis data tersebut satu-persatu dan di sesuaikan dengan masing-masing rumusan masalah penelitian. Hal ini, di lakukan agar tidak ada kekaburan dan perluasan masalah yang di bahas dalam penelitian ini.¹⁵
- b. Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang sudah tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan penyajian tersebut dapat berbentuk matriks, grafik, jaringan dan bagan. Selanjutnya, tahap kedua ini penulis cantumkan pada penyajian data hasil penelitian, serta analisis dan

¹⁵ Imam Munawir, *Metode-Metode Penelitian Sosial*, (Surabaya:Usaha Nasional, 2011) h. 248.

pembahasan pada bab IV.¹⁶ Penyajian data tersebut, penulis susun secara sistematis, yang mengkonfirmasi dan menyesuaikan dengan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu mengenai bagaimana perkembangan pemasaran produk *murabaha* BMT Al-Amal di Kota Bengkulu.

- c. Data *conclusions* atau menarik kesimpulan dari data yang diperoleh yaitu setelah semua data-data yang di inginkan di peroleh selanjutnya mencari kesimpulan sebagai jawaban dari rumusan masalah. Penarikan kesimpulan dengan verifikasi di lakukan dengan melihat kembali pada reduksi data maupun pada data *display*, sehingga kesimpulan yang di ambil tidak menyimpang dari data yang di analisis. Kemudian pada tahap ketiga atau yang terakhir ini, penulis melakukan verifikasi atau menarik kesimpulan dari data yang di peroleh dan di analisis sebelumnya. Hal ini di lakukan dengan tujuan untuk menjawab semua rumusan masalah dalam penelitian ini, yang selanjutnya penulis tuangkan pada bab V dalam skripsi ini.

G. Sistematika Penulisan

Agar penulisan ini tidak keluar dari ruang lingkup dan pengaruh intipersoalan, maka pembahasan ini di bagi dalam beberapa BAB yang terdiri dari beberapa sub antara lain:

¹⁶ Imam Munawir, *Metode...*, h. 256

BAB I Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Berisikan tentang landasan teori, yang terdiri dari 1). BMT (Baitul Maal Wat Tamwil) 2). Manajemen pemasaran syariah meliputi, definisi manajemen pemasaran, konsep pemasaran ,karakteristik pemasaran syariah, proses manajemen pemasaran. 3). Peluang, meliputi pengertian , 4). Tantangan, meliputi pengertian. 5). Pengembangan, meliputi pengertian, unsur-unsur pengembangan dll. 6). Pembiayaan Murabahah, meliputi pengertian.

BAB III Gambaran Umum Dan Objek Penelitian, yang berisikan Sejarah Tebentuknya BMT Al-Amal, Visi dan Misi dan Bagan pengurus, serta produk-produk masing-masing BMT.

BAB IV Berisikan hasil dan penelitian yang dilakukan pada lokasi penelitian yang telah digambarkan pada bab sebelumnya dan membahas masalah yang ada pada penelitian ini tentang analisis peluang dan tantangan dalam pengembangan pemasaran.

BAB V Penutup berisikan kesimpulan dan saran, dimana kesimpulan diambil dari hasil penelitian yang telah dilakukan di bab sebelumnya

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Peluang Dan Tantangan

1. Peluang (*Opportunity*)

a. Pengertian Peluang (*Opportunity*)

Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, misalnya kebijakan yang dikeluarkan pemerintah, tingkat pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi dan sebagainya.¹ Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi perusahaan, serta kecenderungan-kecenderungan yang merupakan salah satu sumber peluang, yakni situasi atau kondisi yang merupakan gambaran peluang yang ada dari sisi luar suatu organisasi atau perusahaan dan gambaran tersebut dapat memberikan peluang berkembangnya suatu organisasi perusahaan di masa depan. Peluang juga di artikan sebagai potensial yang dapat di eksplorasi untuk mempengaruhi pencapaian sasaran yang diharapkan. Yang dimaksud dengan berbagai situasi tersebut adalah :

1. Kecendrungan penting yang terjadi dikalangan pengguna produk
2. Identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian
3. Perubahan dalam kondisi persaingan
4. Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang membuka berbagai kesempatan baru dalam kegiatan berusaha.

¹ Iwan Furwanto, *Manajemen.....*, h. 132

5. Hubungan dengan para pembeli yang akrab

Peluang merupakan trend positif yang berada dilingkungan eksternal perusahaan maka peluang usaha tersebut dieksploitasi oleh perusahaan maka peluang usaha tersebut berpotensi untuk menghasilkan laba bagi perusahaan secara berkelanjutan.¹ Peluang yaitu situasi atau kondisi yang merupakan peluang di luar suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa depan.

b. Peluang Usaha

Peluang usaha adalah kesempatan atau waktu yang tepat yang seharusnya di ambil atau dimanfaatkan bagi seseorang wirausahawan mendapat keuntungan. Banyak peluang yang di sia-siakan, sehingga berlalu begitu saja karena tidak semua orang dapat melihat peluang dan yang melihat pun belum tentu berani memanfaatkan peluang tersebut hanya seorang wirausahawan yang dapat berpikir kreatif serta berani mengambil risiko itulah yang dengan tanggap dan cepat memanfaatkan peluang. Peluang usaha yang telah di ambil tentu akan memiliki konsekuensi bagi pengambil keputusan. Jika berhasil dapat dikatakan mendapat keuntungan, namun jika gagal maka itu bagian

¹ <http://muamala.net/teori-analisis-swot/> di Akses Pada Tanggal 26 November 2020

dari resiko yang harus di hadapi. Namun demikian, hal itu dapat dijadikan pengalaman yang sangat berharga.²

Selain pengertian secara umum, para ahli sendiri mempunyai banyak pendapat tentang peluang usaha. Hal tersebut dapat dijadikan referensi untuk dapat memulai suatu bisnis karena memulai sesuatu merupakan hal yang paling sulit, namun menjalaninya sendiri juga merupakan sebuah tantangan tersendiri bagi anda. Nah berikut ini pengertian peluang usaha menurut para ahli yang diantaranya yaitu:

Menurut Arif F. Hadiparanata

Peluang usaha merupakan sebuah resiko yang harus diambil dan dihadapi untuk mengelola dan mengatur segala urusan yang ada hubungannya dengan finansial.³ Menurut Thomas W. Zimmerer Peluang usaha merupakan sebuah terapan yang terdiri dari kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan melihat kesempatan yang dihadapi setiap hari.⁴

Menurut Robbin and Coulter

Peluang usaha merupakan sebuah proses yang melibatkan individu atau kelompok yang menggunakan usaha dan sarana tertentu untuk menciptakan suatu nilai tumbuh guna memenuhi sebuah kebutuhan tanpa memperhatikan sumber daya yang digunakan.⁵

Menurut Dr. D.J. Schwartz

Cara memanfaatkan peluang usaha/bisnis menurutnya ialah: Percaya dan yakin bahwa usaha dapat dilaksanakan. Hapuskan

² [Http://www.dosenpendidikan.co.id/peluang-usaha/](http://www.dosenpendidikan.co.id/peluang-usaha/) di Akses Pada Tanggal 30 November 2020

³ [Http://www.dosenpendidikan.co.id/peluang-usaha/](http://www.dosenpendidikan.co.id/peluang-usaha/) di Akses Pada Tanggal 30 November 2020

⁴ [Http://www.dosenpendidikan.co.id/peluang-usaha/](http://www.dosenpendidikan.co.id/peluang-usaha/) di Akses Pada Tanggal 30 November 2020

⁵ [Http://www.dosenpendidikan.co.id/peluang-usaha/](http://www.dosenpendidikan.co.id/peluang-usaha/) di Akses Pada Tanggal 30 November 2020

kata mustahil, tak mungkin, tak bisa atau tak perlu dicoba dari khasanah pikiran dan khasanah bicara. Jangan hadir lingkungan yang statis yang akan melumpuhkan pikiran wiarusahawan. Lihatlah peluang-peluang usaha untuk menjadi besar, tradisi lain yang kurang menunjang peluang-peluang usaha ialah etos kerja yang rendah dan terlalu santai.⁶

c. Ciri-Ciri Peluang Usaha

Berikut ini terdapat beberapa ciri-ciri peluang usaha, terdiri atas⁷:

1. Peluang itu orisinal dan tidak meniru.
2. Peluang itu harus dapat mengantisipasi perubahan, persaingan, dan kebutuhan pasar dimasa yang akan datang.
3. Benar-benar sesuai dengan keinginan agar peluang bisa bertahan lama.
4. Tingkat visibilitas (kelayakkan usaha) benar-benar teruji untuk dilakukan riset dan trial.
5. Bersifat ide kreatif dan inovatif bukan tiruan dari orang lain.
6. Ada keyakinan untuk mewujudkannya.
7. Ada rasa senang dalam menjalankannya.

2. Tantangan (*Thearts*)

a. Pengertian Tantangan

Tantangan adalah situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Sebagai contoh yakni

⁶ <http://www.dosenpendidikan.co.id/peluang-usaha/> di Akses Pada Tanggal 30 November 2020

⁷ <http://www.dosenpendidikan.co.id/peluang-usaha/> di Akses Pada Tanggal 30 November 2020

berkembangannya pasar modal, hampir setiap bank mengeluarkan kartu kredit dan lainnya sebagainya.⁸ Tantangan adalah sesuatu yang dapat membatasi atau mengagalkan pencapaian sasaran yang telah ditetapkan tetapi belum pernah terjadi dan tidak dapat mempengaruhi secara langsung.⁹ ancaman tersebut dapat berupa :

1. Masuknya pesaing baru dipasar yang sudah di layani oleh satuan bisnis.
2. Pertumbuhan pasar yang lamban.
3. Perkembangan dan perubahan teknologi yang belum dikuasai.
4. Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang sifatnya.

Tantangan adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun masa yang akan datang. Tantangan merupakan pengganggu utama bagi posisi perusahaan.¹⁰ Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.

⁸ Iwan Furwanto, *Manajemen.....*, h. 132

⁹ Syauqi Jazuli, *Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada BMT El- Syifa Ciganjur*, UIN Syarif Hidayatullah, Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunkasi, 2016

¹⁰ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Erlangga), 2012, h. 128

Jadi, tantangan adalah cara menganalisis atau ancaman yang harus di hadapi suatu perusahaan atau organisaasi untuk menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan perusahaan atau organisasi yang menyebabkan kemunduran. Jika tidak segera diatasi, ancaman tersebut akan pengahalang bagi suatu usaha yang bersangkutan baik di masa sekarang maupun masa yang akan datang.

b. Jenis-Jenis Tantangan

Adapun Beberapa jenis tantangan. Kotler menyatakan bahwa terdapat tantangan-tantangan pasar yang harus di cermati oleh wirausahawan, seperti berikut ini¹¹ :

1. Meningkatnya Penekanan pada Kualitas, Nilai, dan Kepuasan Pelanggan, Beragam motivasi membeli (kemudahan, status, gaya, keistimewaan, pelayanan dan lain-lain) sangat berperan kuat dalam kegiatan pemasaran produk. Para pelanggan sekarang memberikan bobot yang lebih besar pada kualitas dan nilai dalam membuat keputusan untuk membeli.
2. Meningkatnya Penekanan pada Pembangunan Hubungan dan Pemeliharaan Pelanggan Para pemasaran sekarang berfokus pada menciptakan pelanggan seumur hidup. Terjadinya pergeseran pemikiran dari pendekatan transaksi ke pembangunan hubungan.
3. Meningkatnya Penekanan pada Pengelolaan Proses Bisnis dan Pengintegrasian Fungsi-fungsi Bisnis Perusahaan-perusahaan sekarang

¹¹<http://monaliasakwati.blogspot.com/2011/12/tantangan-dan-permasala-dalam-bisnis.html> di Akses Pada Tanggal 7 Desember 2020

mengubah pemikiran mereka dari mengelola serangkaian departemen-departemen semi independen dengan kebijakan bisnis sendiri-sendiri menjadi satu kesatuan proses bisnis fundamental yang berfokus pada pelayanan dan kepuasan pelanggan.

4. Meningkatnya Penekanan pada Pemikiran Global dan Perencanaan Lokal
Perusahaan-perusahaan semakin banyak yang mengembangkan pasarnya ke luar negeri dan ternyata menghasilkan keuntungan yang luar biasa. Perusahaan yang berhasil adalah yang menggunakan pola pikir "berpikir secara global bertindak secara lokal", seperti McDonald dengan salah satu produknya McRendang.
5. Meningkatnya Penekanan pada Pembangunan Persekutuan dan Jaringan
Strategis Kemitraan yang kuat akan menciptakan keunggulan kompetitif dan komparatif sebagai akibat dari terjadinya efisiensi. Jaringan yang dijalin dapat dimulai dari pasokan bahan baku, proses produksi, sampai dengan pemasaran.
6. Meningkatnya Penekanan pada Pemasaran Langsung dan On-Line
Revolusi informasi dan komunikasi akan mengubah sifat pembelian dan penjualan. Orang-orang di mana saja di dunia ini, dapat mengakses internet dan home page perusahaan untuk melihat penawaran dan pemesanan barangbarang. Melalui pelayanan on-line, mereka dapat memberikan dan menerima saran tentang produk dan jasa dengan bercakap-cakap dengan para pemakai lain, menentukan nilai terbaik, melakukan pemesanan, dan mendapatkan pengiriman barang keesokan

harinya. Dengan pemasaran on-line ketergantungan produsen pada grosir dan pengecer akan semakin berkurang.

7. Meningkatnya Pemasaran Jasa Semakin berkembang perekonomian suatu negara biasanya akan semakin meningkat pula kebutuhan akan jasa. Dewasa ini di Indonesia kita melihat pertumbuhan usaha jasa yang semakin pesat, seperti jasa wiraniaga, pengecer, pekerja terampil, dan pekerja ahli, seperti dokter, insinyur, akuntan, dan pengacara.
8. Meningkatnya Penekanan pada Industri Berteknologi Tinggi Walaupun untuk pendirian usaha berteknologi tinggi ini membutuhkan biaya yang sangat besar, tetapi akan menghasilkan biaya produksi yang efisien, dan berdaya saing tinggi (dalam hal mutu, harga, jumlah, dan waktu penyerahan).
9. Meningkatnya Penekanan pada Perilaku Pemasaran Etis. Perusahaan dalam menghasilkan dan menjual produknya tidak dapat seenaknya lagi, seperti pada masa lalu. Dewasa ini atribut produk tidak hanya mempersyaratkan kualitas produk yang sifatnya dapat dilihat saja tangible tetapi juga kualitas produk yang tidak berwujud intangible, seperti layanan, kejujuran.

B. Pengembangan

1. Pengertian Pengembangan

Pengembangan berasal dari kata dasar *kembang* yang berarti menjadi bertambah sempurna. Kemudian mendapat imbuhan *pe-* dan *-an* sehingga menjadi pengembangan yang artinya proses, cara atau

perbuatan mengembangkan. Jadi pengembangan di sini adalah usaha sadar yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan agar lebih sempurna dari pada sebelumnya.¹² Dalam kamus bahasa Indonesia pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan.

Ada beberapa definisi pengembangan yang dikemukakan oleh para ahli sebagai berikut :

Menurut Tessmer dan Richey

pengembangan memusatkan perhatiannya tidak hanya pada analisis kebutuhan, tetapi juga isu-isu luas tentang analisis awal-akhir, seperti analisis kontekstual. Pengembangan bertujuan untuk menghasilkan produk berdasarkan temuan-temuan uji lapangan.¹³

Iskandar Wiriyokusomo

Pada hakikatnya pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, teratur dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh, selaras, pengetahuan, keterampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemampuan-kemampuan, sebagai bekal atas prakarsa sendiri untuk menambah, meningkatkan, mengembangkan diri ke arah tercapainya martabat, mutu dan kemampuan manusiawi yang optimal serta pribadi mandiri.¹⁴

Regeluth

menyatakan bahwa pengembangan merupakan penerapan dari poin-poin penting yang didesain dalam lapangan, kemudian apabila sudah didesain dan sudah diuji coba maka, desain tersebut diperbaiki dan diperbaharui sesuai dengan masukan Menurut pendapat ini, pengembangan merupakan proses

¹²Hasmi, Meizi, *Pengembangan Modul Pembelajaran Model Auditori Intellectually Repertition Yang Mendukung Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika Siswa Pada Materi Bola di Kelas IX SMP Negeri Kota Jambi*, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jambi, 2017

¹³ Hasmi, Meizi, *Pengembangan...*, h. 12

¹⁴ Hasmi, Meizi, *Pengembangan...*, h. 12

penerapan dan uji coba desain di lapangan yang telah dibuat dan diperbaiki untuk memastikan efektivitas dan efisiensi kegunaannya.

Seels & Richey

pengembangan adalah proses menerjemahkan atau menjabarkan spesifikasi rancangan kedalam bentuk fitur fisik. Pengembangan secara khusus berarti proses menghasilkan bahan-bahan pembelajaran Dalam pendapat ini, pengembangan difokuskan kepada suatu cara untuk membuat dan merancang suatu bentuk fisik dari sesuatu.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli yang telah di paparkan, pengembang mendefinisikan bahwa pengembangan ialah proses menerjemahkan sebuah rancangan yang telah dibuat sebelumnya, dengan meningkatkan kualitas melalui beragam tahapan uji coba sebagai upaya dalam meningkatkan mutu. Berdasarkan pendapat beberapa ahli yang telah di paparkan, pengembang mendefinisikan bahwa pengembangan ialah proses menerjemahkan sebuah rancangan yang telah dibuat sebelumnya, dengan meningkatkan kualitas melalui beragam tahapan uji coba sebagai upaya dalam meningkatkan mutu.

2. Tingkatan Dalam Pengembangan Usaha

pengembangan usaha memiliki tingkat yang berbeda. Level atau tingkatan tersebut menjadi produk, komersial dan korporasi.¹⁵ Berikut ini akan dijelaskan tentang tingkatan-tingkatan yang ada pada pengembangan usaha yaitu :

¹⁵<http://harrisfadilahwordpress.com.cdn.amproject.org/v/s/harrisfadilah.wordpress.com/2012/04/17/pengembangan-usaha/amp/> di Akses Pada Tanggal 1 Desember 2020

- a. Tingkat Produk Pada level produk pengembangan usaha berarti mengembangkan produk atau teknologi baru. Meskipun tingkat pengembangan dapat berbeda dari perusahaan ke perusahaan. Tingkat perkembangan usaha dibagi menjadi satu kategori yaitu :
- b. Perkembangan incremental adalah perkembangan yang meningkatkan fungsi yang ada platform atau teknologi, sementara pengembangan mengganggu atau terputus-putus benar-benar hal baru yang dikembangkan dari awal. Misalnya dari pembangunan berkelanjutan adalah tambahan ekstensi untuk produk yang sudah ada seperti baru baru ini untuk sampo, kamera digital dengan pixel 5MIO untuk ponsel anda. Dalam kedua kasus platform ponsel, shampo dan mobile tetap sama.¹⁶
- c. Tingkat Komersial Dalam contoh bentuk pengembangan usaha di tingkat komersial berarti prospeksi murni et Dur. Ini berarti berburu pelanggan baru di segmen pasar yang baru. Dengan demikian pekerjaan ini memerlukan individu secara psikologis yang kuat dan yang sangat didorong mampu menangani banyak masalah. Tingkat berikutnya dari pengembangan usaha komersial adalah saluran atau setup organisasi penjualan. Saluran atau organisasi penjualan dapat terdiri dari mitra, agen seperti, distributor, pemegang lisensi, franchisee, atau cabang anda sendiri nasional atau internasional.

¹⁶<http://harrisfadilahwordpress.com.cdn.amproject.org/v/s/harrisfadilah.wordpress.com/2012/04/17/pengembangan-usaha/amp/> di Akses Pada Tanggal 1 Desember 2020

- d. tingkat pengembangan usaha komersial adalah tingkat rantai nilai usaha adalah tentang mengembangkan penawaran produk secara keseluruhan. Anda akan menemukan jenis pengembangan usaha / bisnis di perusahaan-perusahaan teknologi yang telah mengembangkan platform yang harus diintegrasikan atau di kombinasikan dengan teknologi lain atau platform untuk membentuk seluruh produk. Sebuah seluruh produk umumnya terdiri dari beberapa teknologi untuk membuatnya menjadi hidup. Sebuah teknologi pada umumnya tidak dikembangkan oleh satu perusahaan tapi bersumber dari orang lain yang bertujuan untuk menghemat waktu dalam proses usaha.
- e. Tingkat korporasi bila organisasi harus memutuskan apakah akan membuat atau membeli kompetensi organisasi tertentu Kita memasuki bidang pengembangan bisnis perusahaan. Fokusnya adalah bukan pada produk maupun komersial tingkat tetapi pada korporasi tingkatan usaha. Dan pada intinya tingkat pengembangan usaha ini adalah tentang merger & akuisisi (M & A), usaha patungan (JV), saham langsung investasi (DEI) dan aliansi strategis. Ini berkaitan dengan analisa bisnis portofolio, keuangan perusahaan, hukum kontrak, hukum pajak, hukum sosial, anti kepercayaan hukum, manajemen perubahan, dan manajemen budaya.¹⁷

¹⁷<http://harrisfadilahwordpress.com.cdn.amproject.org/v/s/harrisfadilah.wordpress.com/2012/04/17/pengembangan-usaha/amp/> di Akses Pada Tanggal 1 Desember 2020

3. Unsur-Unsur Dalam mengembangkan Usaha

Adapun unsur-unsur penting dalam mengembangkan usaha ada 2 yaitu :

1. Unsur yang berasal dari dalam (pihak internal) : Adanya niat dari si pengusaha/wirausaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar. Mengetahui teknik memproduksi barang seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi , cara apa yang harus digunakan untuk mengembangkan barang/produk, dan lain-lain. Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukkan dan pengeluaran produk .
2. Unsur dari pihak luar (Pihak eksternal) : Mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha. Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam seperti meminjam dari luar. Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik / kondusif untuk usaha.¹⁸

4. Aspek-Aspek Yang Diperhatikan Dalam Mengembangkan Usaha

Adapun Pengembangan usaha yang terdiri dari aspek strategi , manajemen pemasaran, dan penjualan, Sebagai Berikut :

- a. Aspek strategi contohnya : Meneliti jenis usaha baru dengan penekanan pada mengidentifikasi kesenjangan yang ada dan/atau di harapkan oleh konsumen, Menciptakan pasar baru, Menciptakan produk baru dengan karakteristik yang menarik konsumen.

¹⁸<http://harrisfadilahwordpress.com.cdn.amproject.org/v/s/harrisfadilah.wordpress.com/2012/04/17/pengembangan-usaha/amp/> di Akses Pada Tanggal 1 Desember 2020

- b. Aspek manajemen pemasaran contohnya : Menembus dan menguasai pangsa pasar. Mengolah situasi / peluang pasar yang ada dengan teliti, Memasarkan produk dengan jaringan yang luas seperti impor produk ke luar negeri. Membuat strategi pemasaran yang dapat membuat konsumen membeli produk kita, seperti memasang iklan, brosur, dan lain-lain.
- c. Aspek penjualan contohnya : Memberikan saran tentang perancangan dan menegakkan kebijakan penjualan dan proses tindak lanjut penjualan. Banyak volume produk yang akan dijual, Tingkat keamanan dalam proses penjualan barang, Menjual produk dengan harga yang terjangkau dan memiliki kualitas yang baik.¹⁹

5. Analisa Masalah Dan Solusi Dalam Mengembangkan Usaha

Adapun analisa masalah dalam mengembangkan usaha sebagai berikut :

- a. Faktor kurangnya permodalan.

Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan UKM, oleh karena pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya

¹⁹<http://harrisfadilahwordpress.com.cdn.amproject.org/v/s/harrisfadilah.wordpress.com/2012/04/17/pengembangan-usaha/amp/> di Akses Pada Tanggal 1 Desember 2020

sulit diperoleh karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi.

b. Kesulitan memasarkan produk

dapat berakibat berlebihan penyimpanan produk di gudang atau over produk. Sehingga tidak ada pemasukkan bagi si pengusaha.

c. Persaingan usaha yang semakin ketat. Persaingan usaha yang semakin ketat mendesak para pengusaha bersaing dengan pengusaha lainnya, hal ini jika tidak diantisipasi maka pengusaha yang kalah bersaing akan mengalami gagal produk. Kurangnya keahlian teknis dan tenaga ahli.²⁰

Adapun solusi dalam mengembangkan usaha sebagai berikut :

- a. Modal dapat diperoleh bukan hanya dari dalam tetapi bisa juga dari luar seperti dari pinjaman bank, hibah, dan sebagainya. Membuat saluran pemasaran yang luas seperti memasarkan barang tidak hanya di dalam negeri saja tetapi jika bisa diekspor ke luar negeri. Dengan begitu produk kita akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat.
- b. Menerapkan strategi usaha diantaranya seperti yang telah dibahas sebelumnya seperti menerapkan strategi penjualan contohnya membuat diversifikasi produk, menemukan produk baru dan sebagainya.

²⁰ <http://harrisfadilahwordpress.com.cdn.amproject.org/v/s/harrisfadilah.wordpress.com/2012/04/17/pengembangan-usaha/amp/> di Akses Pada Tanggal 1 Desember 2020

- c. Membuat lokasi usaha dengan mempertimbangkan mudahnya memperoleh suatu bahan baku untuk mengembangkan usaha atau dengan kata lain memilih lokasi yang strategis dalam usaha.
- d. Merekrut tenaga ahli dengan cara melakukan seleksi yang ketat kepada calon pelamar di perusahaan anda, dengan demikian anda bisa mendapatkan tenaga yang benar-benar ahli.²¹

C. Pembiayaan *Murabahah*

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan menurut UU No. 10 tahun 1998 pasal 1 ayat(12) tentang perbankan yang dikutip oleh Abdul Ghopur Ansori, menyatakan bahwa:

Pembiayaan berdasarkan prinsip syari'ah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau pembagian hasil keuntungan.²²

Menurut Muljiono pembiayaan adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu pembelian atau mengadakan suatu pinjaman dengan suatu janji pembayarannya akan ditangguhkan pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.²³ Berdasarkan definisi di atas dapat di simpulkan bahwa pembiayaan merupakan pendanaan penyediaan uang

²¹ <http://harrisfadilahwordpress.com.cdn.amproject.org/v/s/harrisfadilah.wordpress.com/2012/04/17/pengembangan-usaha/amp/> di Akses Pada Tanggal 1 Desember 2020

²² Sri Dwi Anggainsi, *Penerapan...*, h. 191

²³ Zahrotul Laina, *Analisis Penyelesaian Pembiayaan Murabahah Bermasalah Di BMT Insan Sejahtera Cabang Cepiring*, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Fakultas Syari'ah, 2016

yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan dan mewajibkan pihak yang di biayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan/ pembagian hasil keuntungan.

2. Pengertian *Murabahah*

Murabahah menurut Firdaus Furywardana menyatakan bahwa: *Murabahah* adalah menjual barang dengan harga jual sebesar harga perolehan ditambah keuntungan yang disepakati dan penjual harus mengungkapkan harga perolehan barang tersebut kepada pembeli.²⁴

Murabahah menurut Ascarya menyatakan bahwa: “*Murabahah* adalah istilah dalam *fiqih* islam yang berarti suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut dan tingkat keuntungan (*margin*) yang diinginkan.”²⁵

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *murabahah* merupakan akad jual beli yang harga jualnya ditambah keuntungan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

3. Pengertian Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* adalah kegiatan suatu barang dengan modal asli bersama tambahan keuntungan yang jelas. Dalam penerapan BMT bertindak sebagai pembeli dan penjual barang halal tertentu yang dibutuhkan anggota/ nasabah. Besarnya keuntungan yang diambil oleh

²⁴ Sri Dwi Anggainsi, *Penerapan...*, h. 191

²⁵ Sri Dwi Anggainsi, *Penerapan...*, h. 191

BMT sudah di sepakati di akad.²⁶ Adapun pendapat dari para ahli yang menjelaskan pembiayaan *murabahah*, menurut Muhammad Pembiayaan *murabahah* adalah sebagai berikut: Pembiayaan *Murabahah* (dari kata ribhu= keuntungan), BMT sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Barang diserahkan segera dan pembayaran dilakukan secara tangguh.²⁷

Adiwarman A Karim

Pembiayaan *Murabahah* adalah transaksi jual beli, yaitu pihak bank syari'ah bertindak sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli dengan harga jual dari bank adalah harga beli dari pemasok ditambah keuntungan dalam presentase tertentu bagi bank syari'ah sesuai kesepakatan.²⁸

Berdasarkan pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa pembiayaan *murabahah* merupakan pembiayaan dengan sistem jual beli yang harga jualnya di tambah keuntungan dan pembayarannya dilakukan dengan tangguh. Cara pembayaran dan jangka waktu disepakati bersama, dapat secara langsung ataupun secara angsuran. *Murabahah* dengan pembayaran secara angsuran ini disebut dengan Bai' Bitsaman Ajil

a. Rukun *Murabahah*

1. Pihak yang berakad: penjual dan pembeli
2. Objek yang diakadkan: Barang yang diperjualbelikan dan harga
3. Sighat/ Akad: Serah (Ijab) dan Terima (Qabul) Syarat- syarat *murabahah* hak yang berakad: Sebagai keabsahan suatu perjanjian

²⁶ Tri Andini Rahayu, *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelancaran Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) di BMT Taruna Sejahtera, Universitas STAIN Sala Tiga, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2017*

²⁷ Sri Dwi Anggainsi, *Penerapan...*, h. 192

²⁸ Sri Dwi Anggainsi, *Penerapan...*, h. 192

- (akad) para pihak harus cakap hukum, Sukarela (ridho), tidak dalam keadaan terpaksa/ dipaksa dan tidak di bawah tekanan
4. Obyek yang di perjual belikan: Barang yang di perjual belikan tidak termasuk barang yang di larang (haram), dan bermanfaat serta tidak menyembunyikan adanya cacat barang, merupakan hak milik penuh pihak yang berakad sesuai spesifikasinya antara yang di serahkan penjual dan yang di terima pembeli penyerahan dari penjual ke pembeli dapat di lakukan.
 5. Sighat: harus jelas dan di sebutkan secara spesifik (siapa) para pihak yang berakad antara ijab qabul (serah terima) harus selaras dan transparan baik dalam spesifikasi barang (penjelasan fisik barang) maupun harga yang disepakati (memberitahu biaya modal kepada pembeli) tidak mengundang klausul yang bersifat menggantungkan keabsahan transaksi pada kejadian yang akan datang.²⁹

D. BMT (*Baitul Maal Tamwil*)

1. Pengertian BMT

Istilah *Baitul Maal Wat Tamwil* sebenarnya berasal dari 2 (dua) suku kata, yaitu *Baitul Maal* dan *Baitul Tamwil*. Istilah *Baitul Maal* berasal dari *Bait* dan *Al-maal*. *Bait* artinya bangunan atau Rumah, sedangkan *Al-maal* berarti Harta benda atau kekayaan. Jadi *Baitul Maal* secara harfi'ah berarti Rumah Harta benda atau kekayaan, namun demikian kata *Baitul Maal* bisa diartikan perbendaharaan (Umum atau

²⁹ Sri Dwi Anggainsi, *Penerapan...*, h. 193

Negara). Sedangkan *Baitul Maal* dilihat dari segi istilah fiqh adalah suatu lembaga atau badan yang bertugas untuk mengurus kekayaan Negara terutama keuangan, baik yang berkenaan dengan soal pemasukan dan pengelolaan maupun yang berhubungan dengan masalah pengeluaran dan lain-lain.³⁰

Baitul maal sudah dikenal sejak tahun ke-2 hijriah pemerintahan Islam di Madinah. Berdirinya lembaga ini diawali dengan 'cekcok' para sahabat Nabi SAW dalam pembagian harta rampasan Perang Badar. Maka, turunlah Surat Al-Anfhal (8):ayat 41 :

﴿وَأَعْلَمُوا أَنَّمَا غَنِمْتُمْ مِّن شَيْءٍ فَإِنَّ لِلَّهِ خُمُسَهُ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ إِن كُنْتُمْ ءَامَنْتُمْ بِاللَّهِ وَمَا أَنْزَلْنَا عَلَىٰ
عَبْدِنَا يَوْمَ الْفُرْقَانِ يَوْمَ التَّقَىٰ أَجْمَعِينَ وَاللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ٤١﴾

*Artinya: Ketahuilah, sesungguhnya apa saja yang dapat kamu peroleh sebagai rampasan perang, maka sesungguhnya seperlima untuk Allah, Rasul, kerabat Rasul, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan ibnussabil, jika kamu beriman kepada Allah dan kepada apa yang kami turunkan kepada hamba Kami (Muhammad) di hari Furqaan, yaitu di hari bertemunya dua pasukan. Dan Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu (QS. Al-Anfal:41)*³¹.

Setelah turunnya ayat itu, Rasulullah mendirikan baitul maal yang mengatur setiap harta benda kaum Muslimin, baik itu harta yang keluar maupun yang masuk. Bahkan, Nabi Muhammad SAW sendiri menyerahkan segala urusan keuangan negara kepada lembaga keuangan ini.

³⁰ Lubis.Suhrawardi, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT. Sinar Grafika, 2000), h. 114

³¹ Departemen Negara RI, *Al-Aliyy...*, h. 145

Jadi *Baitul Tanwil* adalah Rumah penyimpanan harta milik pribadi yang dikelola oleh suatu lembaga Menurut Nur Riyanto BMT yaitu balai usaha mandiri terpadu adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin, ditumbuhkan atas prakarsa dan modal awal dari tokoh-tokoh masyarakat setempat dengan berlandaskan pada system ekonomi yang salaam : keselamatan (berintikan keadilan), kedamaian, dan kesejahteraan.³²

2. Ciri- ciri BMT

Adapun ciri-ciri utama BMT, yaitu:

- a. Berorientasi bisnis, mencari laba bersama, meningkatkan pemanfaatan ekonomi paling banyak untuk anggota dan lingkungannya.
- b. Bukan lembaga sosial tetapi dapat dimanfaatkan untuk mengefektifkan penggunaan zakat, infak, dan sedekah bagi kesejahteraan orang banyak.
- c. Ditumbuhkan dari bawah berlandaskan peran serta masyarakat disekitarnya.
- d. Milik bersama masyarakat kecil dan bawah dari lingkungan BMT itu sendiri, bukan milik orang seorang atau orang dari luar masyarakat itu.

³² Teo Bagus Pratama, *Analisis SWOT Terhadap Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) aL-aqoba Pusri Palembang*, UIN Raden Fatah Palembang, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2016

Di samping ciri-ciri utama di atas, BMT juga memiliki ciri-ciri khusus yaitu:

- a. Staf dan karyawan BMT bertindak aktif, dinamis, berpandangan produktif, tidak menunggu tetapi menjemput nasabah, baik sebagai penyeter dana maupun sebagai penerima pembiayaan usaha.
- b. Kantor dibuka dalam waktu tertentu dan ditunggu oleh sejumlah staf yang terbatas, karena sebagian besar staf harus bergerak di lapangan untuk mendapatkan nasabah penyeter dana, memonitor dan mensupervisi usaha nasabah.
- c. BMT mengadakan pengajian rutin secara berkala yang waktu dan tempatnya, biasanya dimadrasah, masjid atau mushala, ditentukan sesuai dengan kegiatan nasabah dan anggota BMT. Setelah pengajian biasanya dilanjutkan dengan perbincangan bisnis dari para nasabah BMT.
- d. Manajemen BMT di selenggarakan secara professional dan islami, di mana:
 1. Administrasi keuangan, pembukuan dan prosedur ditata dan dilaksanakan dengan system akuntansi sesuai dengan standar akuntansi Indonesia yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip syari'ah.
 2. Aktif, menjemput bola, beranjaksana, berprakarsa, pro aktif, menemukan masalah dengan tajam dan menyelesaikan masalah dengan bijak, bijaksana, yang memenangkan semua pihak.

3. Berpikir, bersikap dan berperilaku *ahsanu amala* (*service excellence*).

3. Produk BMT

Produk BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*) Menurut Khaerul Ummam Produk-produk *Baitul Mal wa Tamwil* adalah sebagai berikut³³:

1. Produk penghimpunan dana (*funding*)
2. Produk penyaluran dana (*lending*)
3. Produk jasa
4. Produk *tabarru'*: *ZISWAH* (*Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf, dan Hibah*)”

Penjelasan mengenai produk *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) dengan mengacu pada Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dapat dikemukakan sebagai berikut³⁴ :

1. Produk penghimpunan dana yang ada di BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*) pada umumnya berupa simpanan atau tabungan dikenal adanya dua jenis simpanan yaitu simpanan *wadiah* dan simpanan *mudharabah*.
2. Produk penghimpunan dana yang disediakan oleh BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*) bisa mendasarkan pada akad-akad tradisional Islam:

³³ Sri Dwi Anggani, *Penerapan Margin Pembiayaan Murabahah Pada BMT As-Salam Pacet, Cianjur*, Majalah Ilmiah Unikom, Vol 12 No 9 2017, h. 189

³⁴ Sri Dwi Anggani, *Penerapan...*, h. 189

a. Jual Beli

1. *Murabahah*, adalah jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati.

2. *Salam*, adalah jual beli barang dengan cara pemesanan dengan syarat-syarat tertentu dan pembayaran tunai terlebih dahulu secara penuh. *Istishna*, adalah jual beli barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati dengan pembayaran sesuai dengan kesepakatan.

b. Bagi Hasil Fungsinya sebagai pengganti bunga. Akad ini unik, karena dalam praktik *Baitul Maal wa Tamwil (BMT)* bisa diterapkan dalam dua sisi sekaligus, yaitu sisi penghimpunan dana (*funding*) dan sisi penyaluran dana (*lending*).

c. Sewa-Menyewa Dalam praktik *Baitul Maal wa Tamwil (BMT)* akad sewa-menyewa ini diterapkan dalam produk penyaluran dana berupa pembiayaan *ijarah* dan pembiayaan *ijarah muntahia bit tamlik (IMBT)*,

d. Pinjam-meminjam yang Bersifat Sosial Dalam operasional *Baitul Maal wa Tamwil (BMT)* transaksi pinjam meminjam dikenal dengan nama pembiayaan *qardh*, yaitu pinjam meminjam dana tanpa imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu.

e. *qardh al-hasan* (pinjaman kebajikan), yang pada dasarnya dalam hal nasabah tidak mampu mengembalikan, maka seyogyanya pihak pemberi pinjaman bisa mengikhlaskannya. Produk jasa merupakan produk yang saat ini banyak dikembangkan oleh Lembaga Keuangan Syariah (LKS) termasuk *BMT*, karena melalui produk ini bank akan mendapatkan pendapatan berupa *fee*

BAB III

GAMBARAN UMUM BMT DIKOTA BENGKULU

A. Sejarah BMT Al- Amal Kota Bengkulu

BMT Al-Amal Bengkulu didirikan pada tanggal 27 Juli 1996 dimana, pada awalnya didirikan oleh 13 pemegang saham. Dengan modal awal masing-masing Rp. 200.000,00 dan total modal keseluruhannya Rp. 2.600.000,-. BMT Al-Amal merupakan BMT pertama sekali yang didirikan di Bengkulu. Hal ini berawal dari belum adanya bank yang berbasis syariah di kota Bengkulu. Baitul Maal Wattamwil (BMT) Al-amal pada awalnya merupakan Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) yang berada di bawah naungan Lembaga Pengembangan Swadaya Masyarakat (LPSM) yang secara otomatis ada dibawah Yayasan Al-Afida dengan akta notaris: Martonoes BK, Sn:814/1991. Dan untuk pertama kalinya Kelompok Swadaya Masyarakat ini telah mengadakan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) pada tanggal 10 November 1996 di Kampus Ma'had Rabbani Tanah Patah Bengkulu, sedangkan RUPS AL-Amal kedua dilaksanakan pada tanggal 14 dan 15 Februari 1998.¹

Pada awalnya pendirian Baitul Maal wattanwil (BMT) Al-Amal juga mengalami beberapa hambatan, karena masyarakat masih banyak yang belum tau dan belum mengenal tentang konsep ekonomi syariah

¹Zeky Purnando. *“Pelayanan Terhadap Nasabah BMT Al-Amal Bengkulu Persepektif Etika Bisnis Islam”*, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2017

dan banyak masyarakat awam menanggapi bahwa BMT Al-amal sama dengan Koperasi konvensional. Namun, setelah melihat perkembangan aset BMT pada media tahun 1998 yang secara signifikan naik, maka pada 4 Oktober 1998 dengan memiliki Unit Usaha Layanan Takaful dan Usaha Simpan Pinjam para pemegang saham sepakat merubah status BMT Al-Amal dari KSM menjadi Baitul maal wattamwil yang berbadan hukum Koperasi sesuai dengan Surat Keputusan (SK) Menteri Koperasi dan PKM Kota Bengkulu. Pertimbangan lain dari status tersebut selain ditunjukkan untuk legalitas berbadan hukum Koperasi, kemungkinan akses untuk memperoleh bantuan dana lebih terbuka dengan jumlah yang relatif besar

Pada saat ini aset yang dimiliki oleh Baitul Maal Wattamwil (BMT) Al-Amal Bengkulu telah mencapai 2.5 M dan jumlah nasabah lebih kurang lebih 2000 orang yang terdiri dari beberapa kalangan. BMT Al-Amal sampai sekarang sudah beberapa kali berganti kepengurusan.²

B. Visi BMT Al-Amal Kota Bengkulu

Menjadi lembaga keuangan syariah yang mandiri, amanah, profesional serta unggul di bidangnya dalam upaya memperdayakan ekonomi umat syariah.

C. Misi BMT Al-Amal Kota Bengkulu

a. Menetapkan prinsip syariah

² Zeky Purnando. *Pelayanan...*, h. 39

- b. Membina kepedulian aghniya', kepada dhuafa secara terpola
- c. Berkesinambungan menuju peningkatan kualitas kehidupan umat.

D. Tujuan BMT Al-Amal Kota Bengkulu

Tujuan dibentuknya Baitul maal wattamwil (BMT) Al-Amal Bengkulu didasari sebagai manifestasi ibadah semata-mata hanya mendapat Ridho Allah SWT. Lebih luasnya BMT Al-Amal mempunyai tujuan sebagai berikut:

- a. Meningkatkan dan mengembangkan ekonomi umat, khususnya pengusaha-pengusaha kecil.
- b. Meningkatkan produktivitas usaha dengan memberikan pembiayaan-pembiayaan kepada pengusaha-pengusaha muslim yang membutuhkan dana.
- c. Membebaskan umat/pedagang/pengusaha kecil dari ancraman bunga dan rentenir.
- d. Meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha, di samping meningkatkan kesempatan kerja dan meningkat penghasilan umat Islam.

- e. Menghimpun dana umat Islam yang selama ini enggan untuk menyimpan dananya di bank-bank atau Lembaga Keuangan yang masih menggunakan bunga.³

E. Produk Perhimpunan Dana BMT Al-Amal Kota Bengkulu

a. Tabungan Mudharabah

Tabungan mudharabah yaitu simpanan yang penyetoran dan penarikannya dapat dilakukan kapan saja setiap jam, serta bagi hasil yang diperhitungkan berdasarkan data-data harian bulan.

b. Penyetoran Modal

BMT Al-Amal Bengkulu menerima penyetoran modal berupa saham dari masyarakat. Saham yang disertakan tersebut terdiri dari saham pendiri dan saham biasa penyertaan modal dari masyarakat dengan syarat menjadi mitra BMT Al-Amal Bengkulu.⁴

F. Produk Pembiayaan BMT Al- Amal Kota Bengkulu

a. Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan Mudharabah adalah pembiayaan yang diberikan BMT sebagai pemilik dana kepada nasabah sebagai pengelola. Keuntungan dan kerugian ditanggung bersama berdasarkan kesepakatan.

³ Zeky Purnando. *Pelayanan...*, h. 40

⁴ Zeky Purnando. *Pelayanan...*, h. 41

b. Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan Musyarakah adalah pembiayaan BMT kepada nasabah terlibat dalam pengelolanya keuntungan dan kerugian bersama-sama bertanggung jawab sesuai dengan besar pernyataan dan masing-masing telah disepakati.

c. Pembiayaan Murabahah (*Bai' u Bitsaman Ajil*)

Pembiayaan murabahah adalah pembiayaan yang diberikan BMT kepada mitra untuk pembelian barang yang akan dijadikan modal kerja, jangka waktunya pendek sedangkan keuntungan yang diperoleh dari margin harga barang tersebut berdasarkan kesepakatan.

d. Pembiayaan *Al-Ijarah*

Pembiayaan ini adalah pembiayaan yang di berikan BMT kepada mitra untuk keperluan sewa-menyewa seperti sewa tempat usaha dan tempat tinggal bagi mitra, keuntungan bagi sewa tersebut.

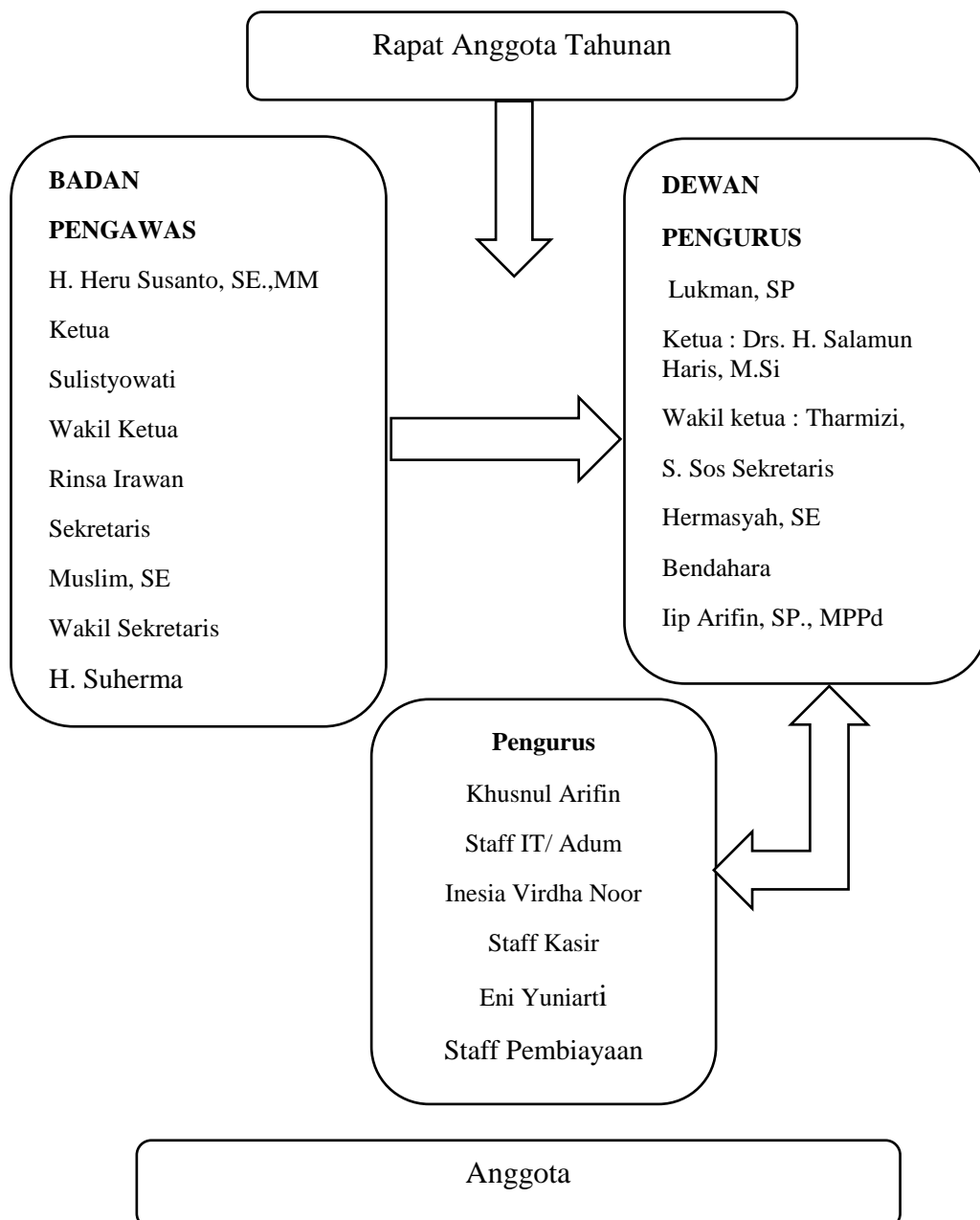
e. Pembiayaan *Qardul Hasan*

Merupakan pinjaman yang diberikan BMT kepada nasabah sebagai pinjaman murni tanpa mengambil keuntungan yang bersifat darurat atau mendesak. Dana qardhul hasan bersumber dari dana zakat, infaq, sedekah, dan wakaf (ZISWAF).⁵

⁵ Zeky Purnando. *Pelayanan...*, h. 42

G. Struktur Organisasi BMT Al-Amal Kota Bengkulu

Badan Hukum No:09/BH/KDK.8.4/Kep/1999. Tanggal 16
 Januari 1999 Jalan Dempo Raya No. 42 Bengkulu Telp/Fax: (0736)
 349289



Sumber. Skripsi Zeky Fernando

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana peluang dan tantangan dalam pengembangan pemasaran produk pembiayaan murabahah *Bai'u Bitsaman Ajil (MBA)* di BMT Al-Amal kota Bengkulu, penulis mengambil karyawan pemasaran, karyawan pembiayaan, manajer, dan 10 orang nasabah BMT Al-Amal kota Bengkulu.

1. Tantangan Dalam Pengembangan Produk Pembiayaan Murabahah (MBA) BMT Al-Amal Kota Bengkulu

BMT Al-Amal kota Bengkulu adalah BMT yang pertama kali didirikan di Bengkulu. Pengembangan merupakan usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan agar lebih sempurna dari pada sebelumnya. Strategi Pemasaran adalah Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Hermansyah, Ibu Inesia, dan ibu Meli Susanti pengembangan strategi pemasaran BMT di Kota Bengkulu adalah sebagai berikut :

“BMT Al-Amal berdiri pada tanggal 27 juli 1997, BMT Al-Amal adalah BMT pertama berdiri di Bengkulu. Baitul Maal Wattamwil (BMT) Al-amal pada awalnya merupakan Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) yang berada di bawah naungan Lembaga Pengembangan Swadaya Masyarakat (LPSM) yang secara otomatis ada dibawah Yayasan Al-Afida dengan akta notaris: Martonoes BK, Sn:814/1991”¹

¹ Hermansyah, Manajer, Wawancara Pada 23 Oktober 2020

“Strategi pemasaran yang digunakan oleh BMT Al-Amal Kota Bengkulu adalah Menggunakan jemput bola atau pro aktif, yang dimaksud turun langsung kelapangan dan pemasaran melalui mulut ke mulut, yaitu maksudnya dari nasabah yang menabung dan melakukan pembiayaan di BMT Al-Amal ini sering merekomendasikan BMT Al-Amal ini kepada keluarganya, kerabatnya, dan teman-teman dari nasabah tersebut.”²

“Saya menjadi nasabah dan melakukan pembiayaan disini atas rekomendasi dari saudara saya, memang benar BMT Al-Amal ini sangat lah membantu masyarakat, saya saja sudah melakukan pembiayaan 3 kali. Pembiayaan yang saat ini berlangsung yaitu pembiayaan pembelian barang partisi.”³

Dalam strategi pemasaran pasti adanya produk yang dipasarkan, salah satu produk di BMT Al-Amal yang paling banyak diminati nasabah adalah produk pembiayaan. Produk ini biasanya digunakan untuk pembangunan rumah, pembelian kendaraan, baiya pendidikan, dan lain-lain. Pembiayaan ini menggunakan akad Murabahah (MBA). Dari hasil wawancara, bapak hermansyah, ibu eni, dan ibu ratna fitriani menjelaskan :

“Produk pembiayan murabahah (MBA) adalah salah satu produk BMT yang paling diminati, banyak nasabah yang mengajukan pembiayaan ini, seperti nasabah yang ingin membangun rumah, pembelian barang. Dengan sistemnya itu, nasabah mengajukan proposal pembiayaan disertai syarat-syarat pengajuan salah satunya jaminan, misalkan seorang nasabah mengajukan pembiyaan murabahah untuk membangun rumah, maka nasabah akan menjelaskan detail tempat tokoh materialnya setelah itu baru menyelenggarakan akad, lalu pihak BMT membelikan barang yang dibutuhkan nasabah, dan memberikannya kepada nasabah.”⁴

² Inesia, *Marketing*, Wawancara Pada Tanggal 27 Oktober 2020

³ Meli Susanti, Nasabah, Wawancara Pada Tanggal 17 Desember 2020

⁴ Hermansyah, *Manajer*, Wawancara Pada Tanggal 23 Oktober 2020

“Sistem pembiayaan murabahah di BMT Al-Amal ini sangat transparan seperti kami pihak BMT tidak menutupi margin yang diambil harga asli barangnya dari tokoh itu berapa, dan transaksi yang digunakan itu sesuai syariah, bisa dikatakan syariah karena pembiayaan dengan akad murabahah ini nasabah itu tidak menerima uang, tapi menerima barang dengan kata lain tidak menjual belikan uang. Kami pihak BMT sebagai penjual, nasabah sebagai pihak pembeli.”⁵

“sistem pembiayaan murabahah (MBA) di BMT Al-Amal ini sistemnya tidak memberikan pembiayaan itu tidak dalam bentuk uang, namun dalam bentuk barang, seperti saya mengajukan pembiayaan untuk pembangunan rumah, pihak BMT langsung menjelaskan detail pembiayaan ini.”⁶

“Mengajukan pembiayaan di BMT Al-Amal ini sangat terbuka dan tidak bertele-tele, dan juga pada saat kita membayar angsuran perbulan, jika kita melunasi angsuran sebelum jatuh tempo, pihak BMT akan memberikan kita diskon pembayaran margin.”⁷

Setiap memasarkan suatu produk atau mengembangkan suatu produk dalam usaha pasti akan ada suatu tantangan yang harus dihadapi oleh BMT Al-Amal kota Bengkulu. Tantangan adalah suatu penghambat atau pengganggu didalam suatu usaha. Berdasarkan hasil wawancara kepada ibu Inesia menjelaskan :

“Saat kami melakukan pemasaran dengan turun langsung kelapangan seperti sosialisasi, atau pemasaran menggunakan media sosial itu pasti akan adanya sebuah tantangan, yang biasa saya temui itu masih banyaknya masyarakat yang minim pengetahuan tentang produk ini, bahkan ada masyarakat yang belum mengetahui sistem di BMT Al-Amal ini, dan juga promosi melalui brosur itu kurang efektif, setelah itu adanya pesaing-pesaing dari lembaga keuangan syariah lainnya”⁸

⁵ Eni Yuniarti, *Staff Pembiayaan*, Wawancara Pada Tanggal 16 Desember 2020

⁶ Ratna Fitriani, *Nasabah*, Wawancara Pada Tanggal 16 Desember 2020

⁷ Abdul Ghafur, *Nasabah*, Wawancara Pada Tanggal 17 Desember 2020

⁸ Inesia, *Staff Pemasaran*, Wawancara Pada Tanggal 16 Desember 2020

Penjelasan di atas adalah hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa staff BMT Al-Amal dan beberapa Nasabah pembiayaan Murabahah, hal ini membuktikan bahwa walaupun banyak masyarakat yang telah mempercayai BMT Al-Amal ini, namun masih adanya tantangan yang dihadapi oleh BMT Al-Amal Kota Bengkulu, yaitu banyaknya pesaing, masih banyak masyarakat yang minim pengetahuan tentang BMT, promosi menggunakan brosur kurang efektif.

2. Peluang Dalam Pengembangan Produk Pembiayaan Murabahah (MBA) BMT Al-Amal Kota Bengkulu

Setiap melakukan pengembangan pemasaran suatu produk pasti selain adanya tantangan tentu juga ada peluangnya, peluang itu sendiri adalah situasi utama yang menguntungkan dalam perusahaan. Menurut penjelasan ibu Inesia dan bapak Maskan ada beberapa peluang yang dapat menguntungkan BMT Al-Amal sebagai berikut :

“Ada beberapa peluang yang dapat menguntungkan BMT Al-Amal saat melakukan pemasaran produknya, salah satunya segmen pasar BMT Al-Amal ini sudah relatif luas, lokasi nya juga mudah dijangkau yang dimana lokasi BMT Al-Amal ini dekat dengan jangkauan pasar, perumahan, sekolah dan pegawai wiraswasta lainnya. Karena BMT ini promosinya juga mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, peluang yang didapat BMT Al-Amal adalah banyak juga masyarakat yang tertarik dengan pembiayaan di BMT Al-Amal ini.”⁹

“Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Amal ini tidak berbelit-belit, proses nya mudah. Saya sangat merekomendasikan BMT Al-Amal ini kepada rekan-rekan kerja, keluarga terdekat saya.

⁹ Inesia, Staff Pemasaran, Wawancara pada tanggal 16 Desember 2020

Karena saya sendiri sudah membuktikan pembiayaan murabahah di BMT Al-Amal ini sangat baik.”¹⁰

Selain itu ada juga penjelasan dari ibu nurhayati, ibu gustiana, dan ibu lina semando tentang pembiayaan murabahah di BMT Al-Amal ini : “Menurut saya pembiayaan murabahah di BMT ini sangat lah membantu masyarakat yang ingin membeli barang untuk usaha atau pembangunan rumah, karena pembiayaan BMT Al-Amal ini prosesnya tidak terlalu susah dan tidak berbelit-belit.”¹¹

“Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Amal ini sudah syar’ih bagi saya, karena tidak ada unsur riba didalam pembiayaan murabahah ini, sebab mereka itu tidak memberikan pebiayaan dalam bentuk uang ya. Saya sudah melakukan pembiayaan di BMT ini sudah berapa kali dan saya sudah 20 tahun menjadi nasabah di BMT Al-Amal ini.”¹²

Proses saat mengajukan pembiayaan murabahah ini sangat lah mudah dan sangat lah detail, seperti kemarin saya melakukan pembiayaan pembelian laptop, pihak nasabah sangat detail menyampaikan dan menjelaskan sistem pembiayaannya, dan memberikan hak kepada kami sebagai nasabah untuk memilih barang merek apa yang ingin dibeli dan membebaskan memilih tempat pembelian barang tersebut.”¹³

Penjelasan diatas adalah hasil wawancara yang penulis lakukan kepada beberapa nasabah di BMT Al-Amal kota Bengkulu, hal ini membuktikan bahwasannya proses saat melakukan pembiayaan di BMT Al-Amal tergolong mudah, segmentasi pasar BMT Al-Amal yang relatif luas, Tempat yang strategis. Itulah yang menjadikan peluang besar BMT

¹⁰ Maskan, Nasabah, Wawancara Pada Tanggal 16 Desember 2020

¹¹ Nurhayati, Nasabah, Wawancara Pada Tanggal 16 Desember 2020

¹² Lina Semando, Nasabah, Wawancara Pada Tanggal 17 Desember 2020

¹³ Gustiana, Nasabah, Wawancara Pada Tanggal 16 Desember 2020

dalam Mengembangkan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Amal ini.

B. Pembahasan Penelitian

Dari hasil obesrvasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh penulis, selanjutnya akan di lakukan analisis terhadap hasil dan penelitian dalam bentuk deskriptif analisis. Penulis akan menginterpretasikan hasil wawancara dengan beberapa informan tentang “Analisis Peluang Dan Tantangan Dalam Pengembangan pemasaran produk pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Amal Kota Bengkulu” dengan menganalisa nya berdasarkan teori yang ada.

Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi perusahaan, serta kecendrungan-kecendrungan yang merupakan salah satu sumber peluang, yakni situasi atau kondisi yang merupakan gambaran peluang yang ada dari sisi luar suatu organisasi atau perusahaan dan gambaran tersebut dapat memberikan peluang berkembangnya suatu organisasi atau perusahaan di masa depan. Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, misalnya kebijakan yang dikeluarkan pemerintah, tingkat pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi.¹⁴

Tantangan adalah sesuatu yang dapat membatasi atau menggagalkan pencapaian sasaran yang telah ditetapkan tetapi belum

¹⁴ Iwan Furwanto, *Manajamen...*, h. 132

pernah terjadi dan dapat mempengaruhi secara langsung.¹⁵ Tantangan adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak di atasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun masa yang akan datang. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, perubahan teknologi serta peraturan baru atau yang di revisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.¹⁶

Pengembangan adalah usaha sadar yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan agar lebih sempurna dari pada sebelumnya. Pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, teratur dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh, selaras, pengetahuan, keterampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemampuan-kemampuan, sebagai bekal atas prakarsa sendiri untuk menambah, meningkatkan, mengembangkan diri ke arah tercapainya martabat, mutu dan kemampuan manusiawi yang optimal serta pribadi mandiri.¹⁷ Pengembangan adalah proses menerjemahkan sebuah rancangan yang telah dibuat sebelumnya, dengan meningkatkan kualitas melalui beragam tahapan uji coba sebagai upaya dalam meningkatkan mutu.

¹⁵ Iwan Furwanto, *Manajemen...*, h. 132

¹⁶ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Erlangga), 2012, h.128

¹⁷ Hasmi, Meizi, *Pengembangan...*, h.12

Pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional.¹⁸

pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran, konsumsi, dan mengomersialisasikan relasi dengan konsumen untuk jangka panjang, pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.¹⁹

Pembiayaan *murabahah* adalah adalah kegiatan suatu barang dengan modal asli bersama tambahan keuntungan yang jelas. Dalam penerapan BMT bertindak sebagai pembeli dan penjual barang halal tertentu yang dibutuhkan anggota/ nasabah. Besarnya keuntungan yang diambil oleh BMT sudah di sepakati di akad.²⁰

Pembiayaan *Murabahah* adalah transaksi jual beli, yaitu pihak bank syari'ah bertindak sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli dengan harga jual dari bank adalah harga beli dari pemasok ditambah keuntungan dalam presentase tertentu bagi bank syari'ah sesuai kesepakatan. pembiayaan *murabahah* merupakan pembiayaan dengan sistem jual beli yang harga jualnya di tambah keuntungan dan

¹⁸ Nurul Huda, Dkk, Pemasaran..., h. 4

¹⁹ Nurul Huda, Dkk, Pemasaran..., h. 4

²⁰ Tri Andini Rahayu, *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelancaran Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM*

pembayarannya dilakukan dengan tangguh. Cara pembayaran dan jangka waktu disepakati bersama, dapat secara langsung ataupun secara angsuran. Murabahah dengan pembayaran secara angsuran ini disebut dengan Bai' Bitsaman Ajil.²¹

BMT yaitu balai usaha mandiri terpadu adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin, ditumbuhkan atas prakarsa dan modal awal dari tokoh-tokoh masyarakat setempat dengan berlandaskan pada system ekonomi yang salaam : keselamatan (berintikan keadilan), kedamaian, dan kesejahteraan.²²BMT Al-Amal adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang lembaga keuangan mikro.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang dilakukan oleh penulis di BMT Al-Amal Kota Bengkulu mengenai analisis peluang dan tantangan dalam pengembangan pemasaran produk pembiayaan *murabahah* di BMT Kota Bengkulu sebagai berikut :

tantangan yang dihadapi oleh BMT Al Amal dalam pengembangan pemasaran produk pembiayaan *murabahah* nya adalah banyak nya pesaing atau masuknya pesaing baru, dengan adanya tantangan ini BMT Al-Amal harus menganalisa tantangan ini untuk mencari solusi agar masyarakat atau calon nasabah tetap tertarik dengan pembiayaan di

²¹ Sri Dwi Anggani, Penerapan..., h.192

²² Teo Bagus Pratama, *Analisis SWOT Terhadap Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) aL-aqoba Pusri Palembang*, UIN Raden Fatah Palembang, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2016

BMT Al-Amal Kota Bengkulu. Dalam melakukan pemasaran produk pembiayaan *murabahah* ini BMT Al-Amal mempunyai tantangan yang harus dihadapi yaitu dalam melakukan pemasaran dengan promosi menggunakan brosur yang kurang efektif. Dengan perkembangan teknologi dan media sosial promosi menggunakan brosur memang kurang efektif dikarenakan banyaknya media yang lebih efektif selain brosur, dan ada beberapa faktor lainnya seperti tidak semua orang mendapatkan brosur tersebut, banyaknya orang yang sulit atau tidak tertarik dalam membaca, proses pembuatannya banyak mengeluarkan biaya. Tantangan yang berikutnya yaitu masih terdapat masyarakat yang minim pengetahuannya tentang BMT Al-Amal Kota Bengkulu, masih ada sebagian masyarakat yang menganggap BMT Al-Amal ini sama dengan bank umum, baik itu produknya, sistemnya. Dari hasil penelitian yang penulis temukan, pada saat BMT Al-Amal memasarkan produk dengan cara sosialisasi atau dengan menggunakan media sosial, BMT Al-Amal menghadapi tantangan seperti sebagian masyarakat tidak mau untuk mengikuti sosialisasi dan masih terdapat masyarakat yang belum mengerti media sosial, bahkan masih ada masyarakat yang tidak menggunakan media sosial.

Peluang yang dimiliki BMT Al-Amal dalam pengembangan pemasaran produk pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Amal Kota Bengkulu adalah BMT Al-Amal memiliki segmentasi pasar yang luas, dengan segmentasi pasar yang luas BMT Al-Amal dapat menciptakan

daya tarik di bidang pemasaran dan akan berada pada posisi yang lebih baik lagi. Setelah itu BMT Al-Amal memiliki peluang di mana lokasi BMT Al-Amal itu sangat strategis, di mana lokasi nya mudah di jangkau, dekat dengan perkantoran, perumahan, sekolah, dan pegawai swasta. Yang memudahkan mereka dalam melakukan pemasaran. BMT Al-Amal juga memiliki peluang, saat seorang nasabah melakukan pembiayaan, proses nya tidak berbelit-belit atau bisa di bilang mudah. Dengan proses yang mudah banyak menarik minat masyarakat agar melakukan pembiayaan di BMT Al-Amal Kota Bengkulu.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian ini maka dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. Tantangan yang dihadapi BMT Al-Amal dalam mengembangkan produk pembiayaan murabahah adalah yang *pertama*, banyaknya pesaing. *Kedua*, masih banyak masyarakat yang minim pengetahuannya tentang BMT Al-Amal. *Ketiga*, promosi menggunakan brosur kurang efektif.
2. Peluang yang dimiliki oleh BMT Al-Amal adalah *pertama*, segmentasi pasar BMT Al-Amal yang relatif luas. *Kedua*, Proses pembiayaan mudah. *Ketiga*, lokasi yang mudah di jangkau dimana lokasi dekat dengan perkantoran, perumahan, sekolah, dan pegawai swasta.

B. Saran

Adapun saran yang ingin penulis sampaikan kepada BMT Al-Amal yaitu :

1. Berdasarkan alternatif strategi yang dihasilkan pada analisis SWOT, BMT Al-Amal sebaiknya melakukan strategi ini secara intensif agar dapat meningkatkan volume penjualan dengan terus mengoptimalkan kegiatan pemasaran dengan melakukan kegiatan promosi dengan lebih efektif dan efisien. Promosi juga perlu didukung dengan anggaran

untuk mendukung kegiatan tersebut, Selain itu juga BMT Al-Amal harus meningkatkan inovasi produk agar masyarakat semakin tertarik dengan produk-produk BMT Al-Amal.

2. Kemudian hal terpenting tidak boleh dilupakan adalah bahwa dalam sebuah bisnis Islami, khususnya BMT Al-Amal Bengkulu adalah idealisme produk atau kinerja berdasarkan Syari'at Islam yang harus terus-menerus dipertahankan dan ditingkatkan. Karena hal inilah yang membedakan antara BMT Al-Amal Bengkulu dengan lembaga-lembaga non syariah lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Asnaini DKK. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Bengkulu. 2019
- Akdon. *Strategi Management For Educational Management*. Bandung:Alfabeta. 2011
- Chadha Megha. “*International Marketing Strategy In The Retail Banking Industry:The Case Of ICICI Bank In Canada*”. *Journal Of Financial Services Marketing*. Vol. 13, 3. 2008
- Fatimah dan Elisabeth. “*Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank X Syariah Cabang Tangerang Selatan*” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 12, No. 1 juni. 2013
- Furwanto Iwan. “*Manajemen Strategi*”. Bandung:CV. Yrama Widya. 2006
- Humairah Siti. *Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan “Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Bengkulu”*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2019
- <http://harrisfadilahwordpress.com.cdn.amproject.org/v/s/harrisfadilah.wordpress.com/2012/04/17/pengembangan-usaha/amp/>
- <http://monaliasakwati.blogspot.com/2011/12/tantangan-dan-permasala-dalam-bisnis.html>
- Ismail, ”*Perbankan Syariah*”. Jakarta:Kencana. 2011
- Jumingan. “*Analisis Laporan Keuangan*”. Jakarta:PT Bumi Aksara. 2014
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Penada Media. 2005
- Kotler dan Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Gunadarma. 2000
- Karim. Adiwarmun Azhar. *Bank Islam “Analisis Fiqih dan Keuangan”*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2011
- Munawir Imam. *Metode-Metode Penelitian Sosial*. Surabaya:Usaha Nasional. 2011
- Munawir Hafidh. *Perencanaan Strategi Pengembangan Bank Syariah di Indonesia, Jurnal Ilmiah Teknik Industri*. (Vol. 4, No. 1, Agst 2005).

- Mursyid Fadillah, *Kebijakan Resugulasi Baitul Maal Wat Tamwil di Indonesia, Jurnal Ilmiah*. (Vol. 18, No. 2 Desember 2018)
- Nurul Huda DKK. *Pemasran Syariah "Teori dan Aplikasi"*. Jakarta:Kencana. 2017
- Nur Kholifah. "*Model Manajemen Pemasaran Syariah Fundraising Wakaf "Yayasan Pondok Pesantren As-Salam, Ds. Arya Kemuning, Kec. Barong Tongkok, Kab. Kutai Barat, Kalimantan Timur"*". Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2018
- Purnando Zeky. "*Pelayanan Terhadap Nasabah BMT Al-Amal Bengkulu Persepektif Etika Bisnis Islam*". Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. 2017
- Rangkuti Fredi. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama. 2006
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis "Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2014
- Suhwardi Lubis. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta : PT. Sinar Grafika. 2000
- Syauqi Jazuli. "*Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada BMT El- Syifa Ciganjur*". Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah. Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunkasi. 2016
- Yuliani. "*Analisis SWOT Produk Cicil Emas pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin*".Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Antasari Banarmasi. Fakultas Syariah dan Ekonomi Islasm. 2017

**L
A
M
P
I
R
A**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

I. IDENTITAS MAHASISWA

NAMA : H.N. Meitasari
NIM : 151190033
PRODI : Perbankan Syariah
SEMESTER : (7)

JUDUL YANG DIAJUKAN :

1. Penerapan Prinsip Syariah Dalam Pemberian Pembiayaan Dengan Akad Murabahah Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah KCP Bengkulu

2.
3.

II. PROSES KONSULTASI

a. Konsultasi dengan Pengelola Perpustakaan Fakultas

Catatan

Pengelola Perpustakaan

[Signature]

DEBBI ARISANOI, MBA

NIP. 19850919 2019032012

b. Konsultasi dengan Pembimbing Akademik

Catatan

Pembimbing Akademik

c. Tim Kelayakan Proposal

Catatan Dinyatakan layak

Ketua Tim

[Signature]

Animh dafariz

d. Konsultasi dengan Kaprodi

Catatan amat perbedaan dan persamaan dengan penelitian terdahulu

Kaprodi

[Signature] 3/1-2019
Yosy. A

III. JUDUL YANG DIUSULKAN

Setelah konsultasi dengan Pengelola Perpustakaan, Pembimbing Akademik dan Kaprodi, dan Tim Kelayakan Proposal, judul yang diusulkan adalah :

Penerapan Prinsip Syariah Dalam Pemberian Pembiayaan Dengan Akad Murabahah Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah KCP Bengkulu, Bengkulu,

Mengetahui

Kajur.....

[Signature]
Desi Isnaini, MA

Mahasiswa

[Signature]
H.N. Meitasari



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon (0738) 51171, 51172, 51278 Fax. (0736) 51171

I. IDENTITAS MAHASISWA

NAMA : ILIN Meitarari
NIM : 1611190053
PRODI : Perbankan Syariah
SEMESTER : (7)

JUDUL YANG DIAJUKAN :

- 1. Penerapan Prinsip BC Dalam Pemberian Pembiayaan Dengan Akad Murabahah pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah KCP Bengkulu
- 2.
- 3.

II. PROSES KONSULTASI

a. Konsultasi dengan Pengelola Perpustakaan Fakultas

Catatan no. 1 - OK

Pengelola Perpustakaan

[Signature]

DEBBY ARIFANOL, MBA

NIP. 19880919 201903 2 012

b. ~~Konsultasi~~ Konsultasi dengan Pembimbing Akademik

Catatan Hasil survey Blm Ada sehingga latar belakang dan masalah belum jelas, Perbaiki proposal anda.

Pembimbing Akademik

[Signature]

EKA SRI WAHYUNI, SE., MM

NIP. 197705092008012019.

c. Konsultasi dengan Kaprodi

Catatan

Kaprodi

III. JUDUL YANG DIUSULKAN

Setelah konsultasi dengan Pengelola Perpustakaan, Pembimbing Akademik dan Kaprodi, judul yang

diusulkan adalah :

Bengkulu,

Mengetahui

Mahasiswa

Kair

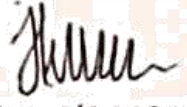



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
 BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
 Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
 Website: www.iainbengkulu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal : Selasa / 04 Februari 2020
 Nama Mahasiswa : ILIN MEITA SARI
 NIM : 1611140053
 Jurusan/Prodi : EKIS / Perbankan Syariah

Judul Proposal	Tanda Tangan Mahasiswa	Penyeminar
Penerapan Prinsip 5C Dalam Pemberian Pembiayaan Dengan Akaud Murabahah pada PT Bank Rakyat Indonesia (BKI) Syariah KC Bengkulu.	 ILIN MEITA SARI	 DOSI ISMAIL

Mengetahui,
 a.n. Dekan
 Wakil Dekan I



Dr. Nurul Hak, M.A.
 NIP 196606161995031003

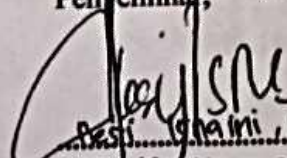
Catatan:
 Mohon Berkas ini dikembalikan kepada Pengelola
 Fotokopi dan Cap 1 (Satu) Rangkap

CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Lia Melkari
NIM : 1511140053
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

No	Permasalahan	Saran Penyeminar
	Judul diganti ke sudah perbaiki dibahas	

Bengkulu, 4/1/2020
Penyeminar,


Resi Ghani, MA
NIP. 197412022005092001



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Raden Fatah Pagardewa Bengkulu. Telp. 0736 – 51171 Fax. 0736 – 51171
 Email: @iaibengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN PERUBAHAN JUDUL

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Ilin Meitasari
 NIM : 1611140053
 Prodi : Perbankan Syariah

Menerangkan bahwa setelah dilakukan seminar proposal pada hari Selasa, 04 Februari 2020 atas saran dan perbaikan dari penyeminar maka proposal dengan :

Judul : Penerapan Prinsip 5C Terhadap Pemberian Pembiayaan Dengan Akad Murabahah di PT. BRI Syariah KC Bengkulu

Diubah menjadi : Analisis Peluang Dan Tantangan Dalam Pengembangan BMT di Kota Bengkulu

Demikian surat keterangan ini, sebagai bukti bahwa judul yang direvisi bias diteruskan untuk diteliti.

Bengkulu, 20 Januari 2021

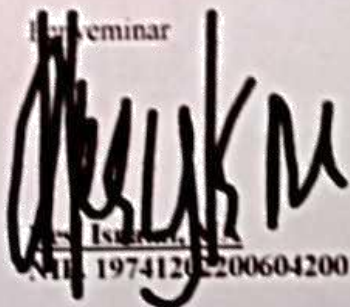
Peneliti


 Ilin Meitasari
 NIM : 1611140074

Mengetahui

Pengola perpustakaan FEBI

Ayu Yuningsih, M.Ek

Penyeminar

 Ayu Yuningsih
 NIM 19741202006042001

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal skripsi berjudul "Analisis Peluang Dan Tantangan Dalam Strategi Pemasaran BMT di Kota Bengkulu"

Proposal Skripsi ini disusun oleh:

Nama : Ilin Meitasari
NIM : 1611140053
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah diseminarkan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari / Tanggal : Selasa/ 04 Februari 2020
Waktu : 08.00 s.d 09.00 WIB
Tempat : Ruang Ujian P3

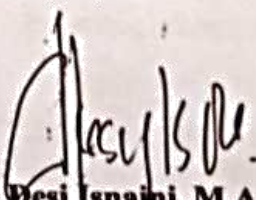
Dan telah diperbaiki sesuai saran-saran tim penyeminar. Oleh karenanya sudah dapat diusulkan kepada Jurusan untuk ditunjuk Tim Pembimbing Skripsi.

Bengkulu, 11 Maret 2020 M

Mengetahui,
Ketua Program Studi


Yosi Arisandy, MM
NIP: 198508014201432001

Penyeminar


Desi Isnaini, M.A
NIP: 197412022006042001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website www.iainbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor: 0468/In.11/ F.IV/PP.00.9/03/2020

in rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
na Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

- N A M A : Dra. Fatimah Yunus, M.A
- NIP : 19630319200032003
- Tugas : Pembimbing I
- N A M A : Eka Sri Wahyuni, M. M.
- NIP. : 197705092008012014
- Tugas : Pembimbing II

ak membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan
i, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di

- N A M A : Ilin Meitasari
- NIM : 1611140053
- JURUSAN : Perbankan Syariah
- Judul Skripsi : Analisis Peluang dan Tantangan Dalam Strategi Pemasaran BMT di Kota
Bengkulu

Demikian surat penunjukkan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu
Pada Tanggal : 20 Maret 2020

Dekan,



[Handwritten Signature]
Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003

Dekan I
yang bersangkutan;
Dekan yang bersangkutan;

PEDOMAN WAWANCARA

Nama : Ilin Meitasari
NIM : 1611140053
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Analisis Peluang Dan Tantangan Dalam Pengembangan Pemasaran BMT Di Kota Bengkulu

Wawancara karyawan

1. Bagaimana sejarah singkat berdirinya BMT Al-Amal ini ?
2. Bagaimana keahlian manajemen pemasaran BMT Al-amal dalam menentukan strategi pemasaran ?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan BMT Al-AI-Amal ?
4. Bagaimana kondisi persaingan BMT Al-Amal ?
5. Apakah pemasaran yang dilakukan sejauh ini dapat dikatakan berhasil ?
6. Apakah pemasaran BMT Al-Amal sudah sesuai dengan prinsip pemasaran islam ?
7. Apakah pemasaran yang dilakukan BMT Al-Amal sudah mampu bersaing ?
8. Apa saja peluang BMT Al-AI-Amal dalam melakukan pengembangan pemasaran ?
9. Apa saja Tantangan BMT Al-AI-Amal dalam melakukan pengembangan pemasaran?
10. Bagaimana perhatian pemerintah terhadap BMT Al-AI-Amal ?
11. Bagaimana kepercayaan masyarakat terhadap BMT Al-AI-Amal?
12. Bagaimana teknologi informasi BMT Al-AI-Amal ?

Nama :

Umur :

Alamat :

Jenis Pembiayaan :

Pedoman Wawancara

1. Sejak Kapan Bapak/Ibu Menjadi Nasabah di BMT Al-Amal ?
2. Apa Jenis Produk BMT Al-Amal Yang di Gunakan ?
3. Apa Pendapat Ibu Tentang Pembiayaan yang diberikan oleh BMT Al-Amal ?
4. Menurut Bapak/Ibu apa Keunggulan Dan Kelemahan dari produk pembiayaan BMT Al-Amal ?

Bengkulu, 27- Agustus 2020

Muharam, 1442 H

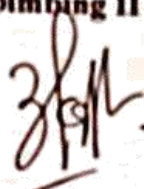
Peneliti

Disetujui,
Pembimbing I



Dra. Fatimah Yunus, MA
NIP. 19630319200032003

Pembimbing II



Eka Sriwahyuni, SE., MM
NIP. 197705092008012014

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul "Analisis Peluang Dan Tantangan Dalam Pengembangan BMT Di Kota Bengkulu" yang disusun oleh :

Nama : Ilin Meitasari
Nim : 1611140053
Prodi : Perbankan Syariah

Sudah diperbaiki sesuai dengan arahan tim pembimbing, selanjutnya dinyatakan memenuhi syarat ilmiah untuk diajukan Surat izin penelitian.

Bengkulu, _____ 2020 M
Jumadil Awal 1441 H

**Disetujui
Pembimbing I**

Pembimbing II



Dra. Fatimah Yunus, MA
NIP. 19630319200032003



Eka Sriwahyuni, SE., MM
NIP.197705092008012014

**Mengetahui,
Ketua Program Studi**



Yosy Arisandy, M.M
NIP. 198508012014032001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
 BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
 Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
 Website: www.iainbengkulu.ac.id

Nomor : 1176/In.11/ F.IV/ PP.00.9/09/2020
 Lampiran : -
 Perihal : Penelitian Pendahuluan

Bengkulu, 18 September 2020

Kepada Yth,
 Bapak/Ibu Kepala BMT Al-Amal
 Kota Bengkulu
 di -

Tempat

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Menindaklanjuti surat permohonan mahasiswa:

Nama : Ilin Meitasari

NIM : 1611140053

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/ Perbankan Syariah

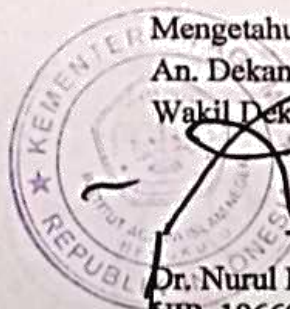
Maka dengan ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu memohon bantuan Bapak/ Ibu untuk memberikan data yang dibutuhkan, dalam rangka penyelesaian tugas akhir/skripsi mahasiswa tersebut. Adapun judul tugas akhir/skripsi: **"Analisis Peluang dan Tantangan Pengembangan BMT di Kota Bengkulu"**

Demikianlah, atas perhatian dan kerjasama Bapak/ Ibu diucapkan terima kasih.

Mengetahui

An. Dekan,

Wakil Dekan I



Dr. Nurul Hak, M. A.

NIP. 196606161995031002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
 BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
 Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
 Website: www.iainbengkulu.ac.id

Nomor : 1262/In.11/F.IV/PP.00.9/10/2020
 Lampiran : -
 Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Bengkulu, 14 Oktober 2020

Kepada Yth.
 Kepala KESBANGPOL Kota Bengkulu
 di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan penyelesaian Program Studi Sarjana S.I pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Tahun Akademik 2020/2021 atas nama:

Nama : Ilin Meitasari
 NIM : 161 114 0053
 Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Dengan ini kami mengajukan permohonan izin penelitian untuk melengkapi data penulisan skripsi yang berjudul : "Analisis Peluang dan Tantangan Dalam Pengembangan BMT di Kota Bengkulu"

Tempat penelitian: - BMT Al-Muawannah Kota Bengkulu
 - BMT Al-Amal Kota Bengkulu

Demikianlah atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.

Mengetahui
 An. Dekan
 Wakil Dekan

 Dr. Nurul Hak, M. A.
 NIP. 196606161995031002



PEMERINTAH KOTA BENGKULU
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
 Jalan Melur No. 01 Nusa Indah Telp. (0736) 21801
BENGKULU

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 070/1380 /B.Kesbangpol/2020

Dasar : Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian

Memperhatikan : Surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Nomor : 1262/In.11/F.IV/PP.00.9/10/2020 tanggal 14 Oktober 2020 perihal Izin Penelitian

DENGAN INI MENYATAKAN BAHWA

Nama : ILIN METASARI
 NIM : 1611140053
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Judul Penelitian : Analisis Peluang dan Tantangan Dalam Pengembangan BMT di Kota Bengkulu
 Tempat Penelitian : 1. BMT Al-Muawannah Kota Bengkulu
 2. BMT Al-Amal Kota Bengkulu
 Waktu Penelitian : 19 Oktober 2020 s.d 01 November 2020
 Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu

- Dengan Ketentuan** :
1. Tidak dibenarkan mengadakan kegiatan yang tidak sesuai dengan penelitian yang dimaksud.
 2. Melakukan Kegiatan Penelitian dengan Mengindahkan Protokol Kesehatan Penanganan Covid-19.
 3. Harus mentaati peraturan perundang-undangan yang berlaku serta mengindahkan adat istiadat setempat.
 4. Apabila masa berlaku Rekomendasi Penelitian ini sudah berakhir, sedangkan pelaksanaan belum selesai maka yang bersangkutan harus mengajukan surat perpanjangan Rekomendasi Penelitian.
 5. Surat Rekomendasi Penelitian ini akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat ini tidak mentaati ketentuan seperti tersebut diatas.

Demikianlah Rekomendasi Penelitian ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Bengkulu
 Pada tanggal : 19 Oktober 2020

a.n. WALIKOTA BENGKULU
 Kepala Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik
 Kota Bengkulu



DRS. RIDUAN, S.IP., M.Si
 Pembina Utama Muda

BAITUL MAAL WAT-TAMWIL

AL-AMAL



Badan Hukum No. 09/BH/KDK.8.4/KEP/I/1999 Tanggal 16 Januari 1999
Jl. Dempo Raya No. 40 Bengkulu Telp/Fax : 0736 - 349285 Email : bmtaa@ymail.com

No : 019/ Kop.BMT-AA/ XII / 2020
Lampiran : -
Sifat : -
Perihal : Berakhirnya Izin Penelitian

Kepada Ykh.
Ibu Dekan FEBI
IAIN Bengkulu
di -

Bengkulu

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu,

Puji syukur senantiasa kita panjatkan kehadirat Allah Robbi yang selalu mengucurkan nikmat-Nya kepada kita semua, sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW, istri, keluarga, shohabat serta umat yang selalu istiqomah di jalan Islam ini, aamiin...

Menanggapi Rekomendasi Penelitian dari Bapak Kepala Badan Kesbangpol Kota Bengkulu Nomor : 070/1380/B.Kesbangpol/2020 terkait Kegiatan Penelitian Mahasiswa dengan nama Ilin Meitasari, bersama ini kami sampaikan kepada Ibu, bahwa yang bersangkutan telah melakukan penelitian di kantor kami sesuai dengan periode/waktu penelitian yang direkomendasikan yaitu dari tanggal 19 Oktober sampai dengan 01 November 2020.

Demikianlah surat ini, atas perhatian dan kerjasama Ibu kami mengucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuhu

Bengkulu, 22 Desember 2020
Penget. dan Operasi BMT AL-Amal



Tembusan disampaikan kepada :

1. Ketua Badan Pengawas BMT al-Amal Bengkulu
2. Arsip

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA NEGERI
 BENGKULU



Jalan Raden Fatah Pager Dewa Kota Bengkulu 38211
 Telpun (0736) 51276-51171-51172-51879 faksimili (0736) 51171-51172
 Website: www.iainbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ilin Melitawari Program Studi : Perbankan Syariah
 Nim : 1611140053 Pembimbing I : Dra. Fatimah Yuson, MA
 Judul Skripsi : Analisis Peluang Dan Tantangan Dalam Pengembangan BMT di Kota Bengkulu

No	Har/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	Senin, 5 oktober 2020	BAB I-III	ACC	<i>[Signature]</i>
2	Kamis, 14 Januari 2021	BAB I-V	Sistematik bab II di perbaiki, metode penelitian, daftar isi diperbaiki, hasil penelitian.	<i>[Signature]</i>
3	Selasa, 26 Januari 2021	BAB I-V	Rumusan masalah, metode penelitian, bilangan yang disilang, sekretaris dan bendahara di struktur tidak ada, hasil penelitian sebutkan tantangan di halaman 61, pembahasan terhadap hasil penelitian.	<i>[Signature]</i>

4.	Rabu, Februari 2021	03	BAB I-V	Hasil penelitian tentang peluang halaman 59 tidak nyambung di kesimpulan, pembahasan hubungkan dengan teori bab II.	<i>A</i>
5.	Senin, Februari 2021	08	BAB I-V	Kesimpulan dan abstrak	<i>A</i>
6.	Selasa, Februari 2021	09	BAB I-V	ACC <i>DP Pros</i> <i>hi</i>	<i>A</i>

Bengkulu, 09 Februari 2021 M
13 Jumadil Awal 1442H

Mengetahui

Koordinator Jurusan Ekonomi Islam

Aisyah
Drs. Aisyah, M.A.
NIP. 19741202206042001

Pembimbing I

Fatimah Yunus
Dra. Fatimah Yunus, M.A.
NIP. 19630319200032003

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA NEGERI

BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telpon (0736) 51276-51171-51172-53879 faksimili (0736) 51171-51172





Website: www.iainbengkulu.ac.id



LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ilin Meitasari Program Studi : Perbankan Syariah
 Nim : 1611140053 Pembimbing II : Eka Sri Wahyuni, SE.MM
 Judul Skripsi : Analisis Peluang Dan Tantangan Dalam Pengembangan BMT di Kota Bengkulu

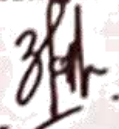
No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	Rabu 10 Juni 2020	BAB I-III	Memfokuskan Masalah yang ingin diteliti, Latar belakang, footnote	
2	Rabu 1 Juli 2020	BAB I-III	Memperbaiki penulisan dengan cara membaca buku pedoman penulisan skripsi, Sistematika penulisan, menambah Kajian Teori	
3	Senin 13 juli 2020	BAB III Pedoman Wawancara	Metode penelitian dikhususkan lagi, jangan memaparkan teori, masukan metode yang dipakai	
4.	Kamis, 27 Agustus 2020	BAB I-III Pedoman Wawancara	ACC	
5.	Senin, 16 November 2020	BAB I-V	Daftar Isi, Kajian Teori	

6	Jum'at November 2020	27	BAB I-V	Kajian teori, Penulisan, Daftar Tabel, Daftar Gambar	
7	Rabu, Desember 2020	2	BAB I-V	Kajian Teori ditambah lagi	
8	Selasa, Desember 2020	8	BAB I-V	Informannya Kurang, Kekhususan Dalam Pengembangan	
9	Jum'at, Desember 2020	18	BAB I-V	Koreksi Penulisan Tiap Kata	
10	Senin, Desember 2020	28	BAB I-V		

Bengkulu, 28 Desember 2020M
13 Jumadil Awal 1442H

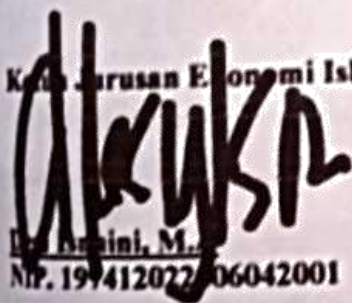
Mengetahui

Pembimbing II



Eka Sri Wahyuni, SE,MM
NIP. 197705092008012014

Kampus Jurusan Ekonomi Islam



Ika Anini, M.
NIP. 19741202206042001

DOKUMENTASI



Dokumentasi saat mewawancarai manager BMT di Kota Bengkulu





Dokumentasi saat mewawancarai karyawan pemasaran BMT di Kota Bengkulu

