# STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN DAN OPERASIONALNYA PADA BANK WAKAF MIKRO (BWM) ALMUNA BERKAH MANDIRI YOGYAKARTA

***Marketing Strategy Of Financing Products And Its Operations At Almuna Berkah Mandiri Yogyakarta Micro Wakaf Bank (BWM)***

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia


Oleh:

Toriq Anwari Putra Pratama

15423135


**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM**
**JURUSAN STUDI ISLAM**
**FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM**
**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**
**2022**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Toriq Anwari Putra Pratama

NIM : 15423135

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Dan Operasionalnya Pada Bank Wakaf Mikro (BWM) Almuna Berkah Mandiri

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, penyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta,18 januari 2021




Toriq Anwari Putra Pratama



i

FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM
Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fis.uii.ac.id

# PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

| | | |
|---|---|---|
| Hari | : | Kamis |
| Tanggal | : | 31 Maret 2022 |
| Judul Skripsi | : | Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan dan Operasionalnya pada Bank Wakaf Mikro (BWM) Almuna Berkah Mandiri Yogyakarta |
| Disusun oleh | : | TORIQ ANWARI PUTRA PRATAMA |
| Nomor Mahasiswa | : | 15423135 |

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

**TIM PENGUJI:**

| | | | |
|---|---|---|---|
| Ketua | : | Muhammad Iqbal, SEI, MSI | (.....) |
| Penguji I | : | Rakhmawati, S.Stat, MA | (.....) |
| Penguji II | : | Rheyza Virgiawan, Lc., ME | (.....) |
| Pembimbing | : | Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec. | (.....) |

Yogyakarta, 11 April 2022
Dekan,

**Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA**

## REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

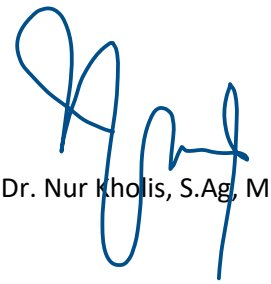
Nama : Toriq Anwari Putra Pratama

NIM : 15423135

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Dan Operasionalnya Pada Bank Wakaf Mikro (BWM) Almuna Berkah Mandiri Yogyakarta.

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftakan diri untuk mengikuti menaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 24 Januari 2022



Dr. Nur Kholis, S.Ag, M.Sh.Ec.

**NOTA DINAS**

**Hal : Skripsi**

**Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia di Yogyakarta**

Assalamualaikum wr. wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan Surat Nomor: 1111/Dek/60/DAATI/FIAI/IX/2021 pada tanggal 18 Januari 2022 atas tugas kami sebagian pembimbing skripsi saudara:

Nama : Toriq Anwari Putra Pratama

NIM : 15423135

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan dan Operasionalnya pada Bank Wakaf Mikro (BWM) Almuna berkah Mandiri Yogyakarta

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa Skripsi Saudara memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang Munaqosah Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indoensia.

Demikian kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr. wb.

Dosen pembimbing

Dr. Nur kholis, S.Ag, M.Sh.Ec.

# LEMBAR PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim dengan Rahmat Allah yang maha pengasih dan maha penyayang yang telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta kemudahan yang engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhhana ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi yaitu ayah dan ibu yang sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada ibu dan ayah serta adik laki-laki saya yang telah memberikan dukungan dan memotivasi serta doa yang tiada henti.

Terima kasih teman-teman atas bantuan, doa, nasehat, dan semangat yang kamu berikan selama ini, tak akan kulupakan semua yang telah kamu berikan selama ini.

# HALAMAN MOTTO

**“**sesungguhnya yang takut kepada Allah di antara hamba-hamba-Nya, hanyalah para ulama (orang-orang yang berilmu)”

(Q.S Fathir:28)

“sumpah palsu (bombastis sehingga menjadikan laku barang yang dijual) mendatangkan keluasan tetapi menghilangkan pekerjaan.” Ibnu fajar berkata: ”menghapus keberkahan”.

(Muhammad SAW)

“Sepanjang perjalanan sejarah, kaum muslimin simbol sebuah amanah, dan dibidang perdagangan mereka berjalan di atas adab islamiah, ”

(Syekh Abdul Aziz bin Fathi as-Syyid Nada)

“orang tidak membeli apa yang kamu lakukan, mereka membeli memgapa kamu mnelakukannya”

(Simon Sinek)

# ABSTRAK

## STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN DAN OPERASIONALNYA PADA BANK WAKAF MIKRO (BWM) ALMUNA BERKAH MANDIRI YOGYAKARTA

**TORIQ ANWARI PUTRA PRATAMA**

**15423135**

Pemasaran merupakan kegiatan menyeluruh dan terencana yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau institusi dalam melakukan berbagai upaya agar mampu memenuhi permintaan pasar. Disiplin dari Marketing Syariah yaitu meliputi seluruh proses, baik proses penawaran, prubahan nilai (value) proses penciptaan, tidak serta tidak boleh bertentangan dengan prinsip-prinsip dan akad muamalah. Pemasyaran Syariah juga perlu diterapkan dalam berbagai Lembaga keuangan syariah, seperti perbankan, BMT, BWM dan Lembaga Keuangan lainya. Tujuan dari penelitian ini yaitu agar mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran pembiayaan yang dilakukan kepada nasabah oleh BWM Almuna Berkah Mandiri selain itu juga mengetahui bagaimana sistematika kegiatan yang dilakukan oleh BWM dalam pemberdayaan masyarakat. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan Teknik pengumpulan data yang bemacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pendampingan serta pembinaan halaqah yang dilakukan tiap minggunya oleh BWM yang sudah berjalan semestinya. Nasabah mengajukan pembiayaan selanjutnya pembentukan dengan sistem kelompok/rumpun dan menggunakan akad qard untuk pembiayaan pertama dan selanjutnya menggunakan akad murabahah yang dilakukan setelah naik plafon pembiayaan. Hal ini dilakukan untuk mendampingi nasabah dan memberikan ruang untuk nasabah agar bisa berbagi pengalaman usaha yang dimilki, kegiatan halmi ini juga memberikan nasabah untuk mendapatkan materi yang disampaikan oleh SPV. BWM Almuna Berkah Mandiri telah menerapkan berbagai strategi pemasaran berupa *targeting, positioning* dan *diferensiasi* dengan baik. Selain daripada itu BWM Almuna Berkah Mandiri juga telah menerapkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai syariah berupa sidiq, amanah, tabligh dan fathanah.

Kata kunci: *Pemasaran, Bank Wakaf Mikro, Halaqah Mingguan*

## ABSTRACT

### MARKETING STRATEGY OF FINANCE PRODUCTS AND THEIR OPERATIONALIZATION AT MICRO WAQF BANK (BWM) ALMUNA BERKAH MANDIRI YOGYAKARTA

**TORIQ ANWARI PUTRA PRATAMA**
**15423135**

Marketing is defined as a comprehensive and planned activity conducted by a company or institution in making various efforts to meet the market demand. The discipline of Sharia Marketing covers the entire process from the bidding process to the value creation process, all of which must not be conflicting with the principles and Muamalah contracts. Sharia marketing also needs to be implemented in various Islamic financial institutions, such as banking, BMT, BWM and other financial institutions. This research aims to find out and analyze the marketing strategy of financing carried out by BWM (Micro Waqf Bank) Almuna Berkah Mandiri to customers. This research method used a descriptive qualitative approach through interviews and documentation. In qualitative research, data were obtained from various sources, using triangulation data collection technique, carried out continuously until the data were saturated. The results of this study showed that the weekly mentoring and halaqah development by BWM has been properly running. The customer applies for financing, and it is continued by forming a group system and uses a qard contract for the first finance and then uses murabahah contract carried out after increasing the financing ceiling. This is done to assist customers and provide space for them to share their business experiences. this is also to provide customers with the material presented by SPV. BWM Almuna Berkah Mandiri has implemented various marketing strategies in the form of targeting, positioning and differentiation well. In addition, BWM Almuna Berkah Mandiri has implemented sharia principles and values in the form of *sidiq*, *amanah*, *tabligh* and *fathanah*.



Keywords: marketing, Micro Waqf Bank, Weekly *Halaqah*



April 14, 2022
TRANSLATOR STATEMENT
The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255

## KATA PENGATAR



إِنَّ الـحَمْدَ لِلّهِ نَـحْمَدُهُ وَنَسْتَعِيْنُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ، وَنَعُوذُ بِاللهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِهِ اللهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ، وَمَنْ يُضْلِلْ فَلَا هَادِيَ لَهُ، وَأَشْهَدُ أَن لاَّ إِلَهَ إِلاَّ الله وَحْدَهُ لَا شَرِيْكَ لَهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُـحَمَّداً عَبْدُهُ وَرَسُو لهُ

Alhamdulillah puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT zat hanya kepada-Nya memohon pertolongan alhamdulillah atas segala pertolongan, ragmat, dan kasih sayang-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam kepada Rasulullah yang senantiasa menjadi inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia.

Penelitian ini untuk memenuhi sebagai persyaratan tugas akhir program studi Ekonomi Islam dengan konsentrasi perbankan dan keuangan Syariah di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia guna memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam.

Penyusunan skripsi initidak akan berhasil tanpa ada bantuan dan kerjasama dari pihak lain. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendorong terwujudnya skripsi ini. Segala kerendahan hati , penulis mengucapkan terima kasih khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wachid, S.T., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indoensia
2. Bapak DR. H. M. Tamyiz Mukharam, MA. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Rahmani Timorita Yulianti M.Ag. Selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Soya Sobaya, S. E. M. M. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dr. H. Nur Kholis, S.Ag, M.Sh.Ec. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah mendampingi dengan sabar dan tulus memberikan perhatian,

dukungan, pengertian, dan pengarahan serta membantu untuk penyelesaian skripsi ini.

6. Seluruh Dosen dan staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah banyak memberikan pengetahuan, bimbingan dan arahan selama mengikuti pendidikan.
7. Kedua orang tua saya, Bapak Nur Arifin dan Ibu Titik Chomisah yang telah untuk terus mendoakan kelancaran dalam proses pembuatan skripsi ini.
8. Saudara kandung saya Fahad Dhabit Arifin Putra yang turut serta memberikan keceriaan selama saya mengerjakan sekripsi.
9. kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu.

Akhir kata penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna, penulis masih melakukan kesalahan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis meminta maaf atas kesalahan yang dilakukan penulis.

Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik. Semoga Allah Swt. Senantiasa melimpahkan rahmat dan rida-Nya kepada kita semua.

Yogyakarta, 18 Januari 2022



Toriq Anwari Putra Pratama

# DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ..... i
LEMBAR PENGESAHAN ..... ii
REKOMENDASI PEMBIMBING ..... iii
NOTA DINAS ..... iv
LEMBAR PERSEMBAHAN ..... v
HALAMAN MOTTO ..... vi
ABSTRAK ..... vii
ABSTRACT ..... viii
KATA PENGATAR ..... ix
DAFTAR ISI ..... xi
DAFTAR GAMBAR ..... xiii
DAFTAR TABEL ..... xiv
BAB I PENDAHULUAN ..... 1
A. Latar Belakang ..... 1
B. Rumusan Masalah ..... 4
C. Tujuan penelitian ..... 4
D. Manfaat penelitian ..... 4
E. Sistematika pembahasan ..... 5
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI ..... 7
A. Telaah Pustaka ..... 7
B. Landasan teori ..... 29
BAB III METODE PENELITIAN ..... 52
A. Desain Penelitian ..... 52
B. Lokasi Penelitian ..... 52
C. Waktu Pelaksanaan Penelitian ..... 52
D. Obyek Penelitian ..... 52
E. Populasi dan Sampel ..... 53
F. Sumber Data ..... 53
G. Teknik Pengumpulan Data ..... 54

H. Jenis penelitian ..... 55
I. Instrument Penelitian ..... 55
J. Teknik Analisis Data ..... 56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN ..... 58
A. Gamabaran Umum Perusahaan ..... 58
B. Pengeloaan Dana di Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri ..... 61
C. Sistem Halaqah ..... 69
D. Pemasaran yang dilakukan ..... 73
BAB V PENUTUP ..... 79
A. KESIMPULAN ..... 79
B. SARAN ..... 81
DAFTAR PUSTAKA ..... 80

# DAFTAR GAMBAR

**Gambar 2.1 Model Bisnis Bank Wakaf Mikro.....35**

**Gambar 4. Sumber Dana.....61**

# DAFTAR TABEL

**Tabel 2. Persamaan dan Perbandingan Terdahulu ..... 29**

# BAB I
# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman Lembaga keuangan mikro mengalami peningkatan yang cukup pesat. Bisa dilihat dari banyaknya lembaga keuangan yang hadir di berbagai daerah Indonesia khususnya, Lembaga keuangan mikro melakukan kegiatan dibidang jasa pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Baik melalui pinjaman atau pembiayaan dalam suatu usaha mikro kepada anggota dan masyarakat, pengelolaan simpanan maupun pembiayaan diperlukan untuk mengurangi angka kemiskinan diindonesia, meningkatkan kemiskinan dan ketimpangan bangsa telah berlangsung selama bertahun-tahun salah satunya yaitu Lembaga Bank Wakaf Mikro.

Institusi lembaga keuangan yang berfungsi pengentasan kemiskinan, pemerataan pendapatan, melawan praktik riba yang terjadi di tengah masyarakat serta mendorong pertumbuhan ekonomi sehingga OJK membentuk piloting project sebagai inovasi yang diberi nama bak Wakaf Mikroyang terletak di wilayah pondok pesantren. Bank Wakaf Mikro tepat didirikan diwilayah pondok pesantren dalam melakukan yang semestinya berfungsi untuk lembaga keuangan, tetapi tidak melakukan kegiatan pengumpulan dana (*Funding*) akan tetapi sebagai penyalur dana pembiayaan *(Financing)* kepada nasabahnya. Fasilitas yang diberikan Bank Wakaf Mikro yaitu sebagai penyedia dana untuk pihak-pihak yang membutuhkan dana. Dana yang dibutuhkan oleh pihak-pihak yang membutuhkan dana sebagian besar masyarakat yang berada di wilayah pondok pesantren, sehingga masyarakat dapat mengajukan pembiayaan kepada Bank Wakaf Mikro. Fasilitas yang diberikan Bank Wakaf Mikro yaitu melayani pembiayaan untuk masyarakat yang beradadi wilayah pondok pesantren bagi yang mendirikan usaha berskala mikro menggunakan akad *qard.* (Nurhayati, Rustamunadi, & Fitriyyah, 2019)

Lembaga wakaf sering dianggap lembaga nirlaba yang tidak mengarah ke profit oriented, melainkan hanya mengarah ke masalah ibadah sehingga pengembangannya sering digunakan untuk membangun hanya tempat ibadah. Peran wakaf didalam ekonomi dan sosial berperan penting dalam sejarah islam. Seperti pengembangan perbankan syariah yang berkaitan dengan wakaf, pengembangan di sektor ekonomi islam, tanpa terkecuali pada tahun 2017 OJK bersama pemerintah membembuat inovasi Bank Wakaf Mikro untuk mengatasi permasalahan kemikskinan. Istilah Bank Wakaf Mikro karena pemerintah berhharap supaya dana yang disebarkan di masyarakat agar bermanfaat,dinamai BWM dikarenakan berada di wilayah pondok pesantren.(Sulistiani, 2019)

Salah satu upaya untuk menerapkan lembaga keuangan yang berprinsip Syariah di kehidupan nyata ialah penerapan yang beroperasi berdasarkan prinsip islam, salah satunya adalah bank Syariah. Seiring dengan perkembagan global, penghapusan system bunga dalam perbankan Syariah menjadi alternatif utama perbankan dalam menjaga stabilitas keuangan dan mencegah terjadinya krisis global. (Sitepu, 2016:56). (Ikramina, 2019)

Disiplin ilmu adalah langkah-langkah awal dari sebuah Pemasaran, teori-teori pemasaran memiliki elemen-elemen yang dapat mengasilkan suuatu metode ilmiah. Metodologi kajian secara pemasaran mampu membuktikan eksistensinya dan memiliki ruang diskusi tersendiri di dunia akademisi serta menandai dengan banyaknya kajian pemasaran masa kini. Sehingga deimikian menurut ( Halbert dalam Tamamudin,204) secara umum teori dari kajian pemasaran belum mampu menjelaskan segala aspek yang berkaitan dengan pemasaran itu sendiri, di bidang ekonomi terkait hampir semua aspek yang dapat dinjelaskan dalam bidang ekonomi. (Sahla, 2019)

Definisi dari pemasaran Syariah sendiri yaitu suatu bisnis strategi kedisiplinan agar sesuai dengan prinsip dan nilai Syariah (Al Arif, 2010:20) jadi pemasaran Syariah dijalankan berdasarkan konsep keislaman yang

diajarkan oleh Rasulullah SAW. Jadi nilai inti pemasaran adalah integritas, dan transparasi, sehingga marketer tidak boleh bohong dan orang membeli karena butuh dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, karena diskonnya yang beriming- iming hadiah belaka. (Sari & Syariah, 2012)

Konsep pemasaran Syariah sendiri sebenarnya tidak berbeda jauh dari konsep pemasaran yang kita kenal. Konsep pemasaran yang kita kenal sekarang, pemasaran adalah sebuah ilmu dan seni yang mengarah pada proses penciptaan, penyampaian, dan pengkomunikasian *values* kepada para konsumen serta menjaga hubungan dengan para *stakeholdersnya.* (Sari N. &., 2012)

Disiplin dari Marketing Syariah yaitu meliputi seluruh proses, baik proses penawaran, prubahan nilai *(value)* proses penciptaan, tidak serta tidak boleh bertentangan dengan prinsip-prinsip dan akad muamalah (Kertajaya dan Sula, 2006:27) adanya marketing syariah diharapkan mampu menciptakan hubungan kerjasama antrar bank syariah, serta memiliki hubungan kemitraan antara nasabah dengan bank agar dapat tetap terjaga hubungannya dalam meningkatkan kepercayaan di bank syaraiah. Sehingga hal ini dapat menjaga serta memelihata kesetiaan dari nasabah agar bisa meningkatkan saham dalam perbankan (Sari N. &., 2012)

Pentingnya sebuah pemsaran didalam usaha bisnis bisa menjadi penentu berkembang tidaknya sebuah usaha. Memilki seumber daya manusia dibidang pemasaraan yang handal akan sangat menentukan sebuah keberhasilan usaha yang dikelola. Menekankan pada upaya pemasaran dan semakin lengkap jika dengan pemaksimalan kualitas produk usaha atau layanan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis termotivasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul " Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Dan Operasionalnya Pada Bank Wakaf Mikro (Bwm) Almuna Berkah Mandiri Yogyakarta ".

## B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat diambil berdasarkan pemaparan latar belakang diatas sebagai berikut:

1. Apa strategi pemasaran produk pembiayaan pada Bank Wakaf Mikro (BWM) Almuna Berkah Mandiri Yogyakarta?
2. Bagaimana pelaksanaan pembiayaan Bank Wakaf Mikro (BWM) Almuna berkah Mnadiri Yogyakarta kepada nasabahnya?
3. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan pada Bank Wakaf Mikro (BWM) Almuna Berkah Mandiri dalam preskpektif Islam?
4. Bagaimana pelaksanaan pembiayaan Bank Wakaf Mikro (BWM) Almuna Berkah Mandiri Yogyakarta kepada nasabahnya prespektif keuangan Syariah?

## C. Tujuan penelitian

Dengan latar belakang dan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran produk apa yang digunakan pada Bank Wakaf Mikro (BWM) Almuna Berkah Mandiri Yogyakarta
2. Untuk mendeskripsikan pelaksanaan dalam melakukan pembiayaan pada Bank Wakaf Mikro (BWM) Almuna Berkah Mandiri Yogyakarta
3. Untuk menganalisis strategi pemasaran produk pembiayaan dalam prespektif islam pada Bank Wakaf Mikro (BWM) Almuna Berkah Mandiri Yogyakarta
4. Untuk menganalisis pelaksanaan yang dilakukan pada Bank Wakaf Mikro (BWM) Almuna Berkah Mandiri Yogyakarta kepada nasabah dalam prespektif keuangan Syariah

## D. Manfaat penelitian

Adapun manfaat (kegunaan) yang diperoleh dari hasil penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian ini bagi dunia akademik diharapkan dapat memberikan sumbangsih ilmiah sekaligus dapat melengkapi atau memperbarui temua-temuan sebelumnya tentang pandangan islam terhadap proses dan aktivasi pemasaran yang terjadi di Bank Wakaf MIkro (BWM) Almuna Berkah Mandiri Yogyakarta.
2. Penelitian ini juga dapat diharapkan dapat berguna bagi semua lembaga masyarakat, khususnya perbaikan manajemen Bank Wakaf Mikro (BWM) Almuna Berkah Mnadiri Yogyakarta.

## E. Sistematika pembahasan

Sistemattika penulisan suatu urutan dari apa yang akan dinbahas dalam laporan. Sistematika terdiri dari beberapa bab yang kemudian setiap bab mengandung sub bab. Berikut sistematika penulisan:

1. Halaman sampul

   Halaman sampul merupakan awal dari satu penelitian atau bisa disebut cover. Pada halaman sampul msemuat dari judul skripsi, logo universitas, identitas penulis dan nama program studi, fakultas, perguruan tinggi, serta tahun kapan penulis membuat skripsi tersebut.
2. Daftar isi

   Daftar isi berisikan setiap halaman dengan menggunakan penomoran sehingga memudahkan pembaca untuk menemukan bagian-bagian yang ingin dicari pada proposal skripsi.
3. Bab I

   Berisi tentang latar belakang mengapa penulis menggunakan topik tersebut. Dalam menjelaskan latar belakang biasanya penulis mencari permasalahan-permasalahan yang telah terjadi. Setelah itu baru dibuat rumusan masalah dari latar belakang tersebut, selain itu juga mencantumkan tujuan dari penelitian tersebut, yang biasanya merupakan jawaban dari rumusan masalah. Manfaat penelitian ini juga dicantumkan untuk memberi informasi atau pengetahuan bagi pembaca yang berkaitan dengan topic penelitian.

4. Bab II

   Pada bab ini berisikan landasan teori yang didalamnya mencantumkan beberapa penelitian terdahulu. Kemudian hasil dari peneliti terdahulu dibandingkan dengan yang akan dilakukan oleh penulis. Dalam bab ini juga telaah Pustaka dan kerangka teori yang akan digunakan oleh penulis.

5. Bab III

   Pada bab ini berisikan tentang metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis. Dimulai dari desain penelitian, lokasi penelitian, waktu pelaksanaan penelitain, objek penelitian, seumber data, teknik pengumpulan data, instrument penelitian dan Teknik analisis data.

6. Bab IV

   Pada bab ini berisi hasil daan pembahasan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis. Peneliti mendeskripsikan hasil data-data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data. Selain itu juga penulis membahas hasil penelitian tersebut dengan teor-teori yang sesuai dengan topik yang diangkat.

7. Bab V

   Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran. Merupakan jawaban singkat atas pokok masalah dari penelitian yang akan dilakukan, jadi penulis menyimpulkan seluruh hasil dari pembahasan yang sudah dilakukan dan ditarik menjadi sebuah kesimpulan. Selain itu penulis juga bisa memberikan saran terhadap penelitian yang sudah dilakukannya. Saran adalah masukan yang diberikan kepada pihak yang terkait dan berkepentingan.

# BAB II
# TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

## A. Telaah Pustaka

Telaah Pustaka berisi uraian yang sistematis mengenai hasil-hasil penelitian yang telah dilaksanakam sebelumnya oleh peniliti terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian yang penulis lakukan.

Pertama penelitian yang dilakukan oleh Moh Toriquddin pada tahun (2015) tentang Etika Pemasaran Prespektif Al-Qur'an dan Relevansinya dalam perbankan Syari'ah hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa petama, etika pemasaran dalam al-Qur'an meliputi tiga unsur : pemasaran beretika, pemasaran professional, pemasaran transparan. Dari ketiga unsur tersebut harus memenuhi beberapa komponen sebagai berikut: a. pemasaran beretika jika memenuhi dua komponen; lemah/ramah dan sopan santun. b. pemasaran professional jika memenuhi dua komponen: adil dakam promosi dan adil terhadap orang lain. c. pemasaran transparan jika memenuhi tiga komponen: tidak menggunakan cara *bathil*, *realistis*, dan bertanggung jawab. Kedua, relevansi pemasaran al-Quran dengan Perbankan Syariah adalah bahwa keberadaan pemasaran al-Qur'an sangat dibutuhkan dalam dunia perbankan syari'ah saat ini.

Kedua penelitian yang dilakukan oleh Hilmiatus Salha pada tahun (2019) Tentang konsep pemasaran dalam prespektif ekonomi islam hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pemasaran dalam konsep prespektif islam atau ekonomi islam, bisa disebut juga dengan konsep pemasaran syariah, aktifitas dalam hal menggunakan konsepnya sam seperti pemasaran konvensional, seperti yang digunakan saat kegiatan bisnis, adapun sesuatu hal yang berbeda yaitu waktu prinsip nila-nilai ketiga digunakan bisa mewujudkan capaian dalam sebuah pemasaran itu, capaian target agar bisa memperoleh falah pada aktivitas ekonomi ketika mengarah ke masalah-masalah ekonomi, perihal itu pun berlangsung mengkaji penasaran, maslahah bisa diperoleh bukan hanya disebabkan aktivitas bisnis yang

dijalankan selaras beserta prinsip islam, akan tetapi pemasaran patut menpunyai akhlah (etika) selaras seperti kriteria yang terkandung di hadist & al qur'an. pemasaran dalam menggunakan aktifitas pemasarannya selebihnya mempunyai pandangan ketika keuntungan dan bukan memperhatikan angka-angka pertimbangan, seperti keadilan serta kejujuran sehingga konsep pemasarannya pun tetap menggunakan konvensional, tidak menggunakan prespektif islam, dikarenakan pada prespektif ekonomi islam akrifitasnya bisnis menjadikan maslahah untuk mewujudkan falah, oleh sebab ini pemasaran patut mengetahui tiap-tiap perihal yang dikerjakan mempunyai sebagai tanggung jawab yang diakhir waktu menghadap Allah Swt.

Ketiga peneltian yang dialakukan oleh Edi Santoso & Riawan Pada tahun (2017) tentang strategi pemasaran produk bank pembiayaan rakyat Syariah (BPRS) hasil pemelitain ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menunjukkan disimpulkan bahwa 1) strategi memasarkan produk BPRS Mitra Sejahtera, ketika menyalurkan serta menghimpun dana dengan cara efektif. perihal itu telah membuktikan sebagai rencana yang proses untuk mencapai penghimpunan serta penyaluran dana kepada masyarakat selaku nasabah. dana yang disalurkan oleh dosen serta karyawan di universitas Muhammadiyah dan mengajar SD, SMP, serta SMA di muhammadiyah serta yang memiliki usaha. dalam perolehan itu bisa disimpulkan untuk bahan informasi ketika mengembangkan usaha dalam bidang jasa perbankan/keuangan. strategi dalam menasarkan produk secara tepat sasaran bisa memutuskan keberlanjutan usahanya. dengn steategi memasarkan produk secara benar bisa membuka kesempatan pasar supaya bisa memasarkan produknya. kesempatan pasar akan sesuai target dengan besarnya menyalurkan serta menghimpun dana masyarakat akan senantiasa meningkat dalam tiap bulannya. 2) BPRS ketika memasarkan produk bukan melepaskan dalam perencanaanya yang matang mencapai ketika melakukan strategi pemasaran. bagaikan tahapan perencanaan, maka pihak BPRS mengetahui kesempatan pasar akan terbuka ialah melintasi jaringan

perserikatan muhammadiyah diantaranya yaitu rumah sakit aisyiah, sekolah-sekolah muhammadiyah yang menyebar di daerah ponorogo, serta universitas muhammadiyah ponorogo.

Keempat penelitian yang dilakukan oleh Juneda pada tahun (2019) Tentang strategi pemasaran produk pembiayaan yang dimiliki pt. bni syariah kc. parepare hasik penelitian itu bisa disimpulkan bahwa strategi memasarkan produk dari pt. bni syariah kc . parepare mencakup bagian bauran pemasaran meliputi 7p diantaranya ialah orang/karyawan, proses, produk, fasilitas fisik, promosi, harga serta tempat. sewaktu mempergunakan tujuh unsur itu, dalam strategi pemasaranya yang paling efektif ketika dilakukan oleh pt. bni syariah kc. parepare ialah menggunakan strategi berpromosi yang sifatnya mendatangi rumah perumah nasabah dengan cara ketuk pintunya di tiap rumah nasabanya. dalam strategi memasarkan produk pembiayaan di usaha pada pt. bni syariah kc. parepare agar sejalan berdasarkan prinsip manajemen syariah.

Kelima penelitian yang dilakukan oleh Hari Sutra Disemadi & Kholis Roisah Pada tahun (2019) tentang kebijakan model bisnis bank wakaf mikro sebagai solusi pemberdayaan ekonomi masyarakat Hasil penelitian ini dapat dsiimpulkan bahwa pemeritah dan masyarakat memiliki peran yang sangat signifikan dalam menciptakan kesejahteraan melalui pemberdayaan masyarakat atas dasar kebijakan-kebijakan pemerintah yang ada. Kebijakan akan hadirnya Bank Wakaf Mikro (BWM) sebagai bagian dari LKM Syariah yang berperan dalam pembangunan ekonomi memilki tujuan yaitu, BWM sebagai wadah meningkatkan akses pendanaan skala mikro bagi masyarakat dan UMKM BWM mndorong meningkatkan pemberdyaan ekonomi dan produktivitas masyarakat UMKM, dan BWM membantu peningkatan pendapatan pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat dan UMKM.

Sejak dimulai dari oktober 2007, kehadiran Bank Wakaf Mikro merupakan bagian dari Lembaga keungan Mikro Syariah yang berbadan hukum (koperasi) telah berkembang. Desain BWM yang memiliki

karakteristik utama yaitu *non deposit taking d*an pendampingan saat ini telah mampu menunjukkan potensinya sebbagai lembaga keuangan dalam memperkuat system ekonomi kerakyatan di Indonesia. Hadirnya BWM, menawarkan solusi kemudahan akses pembiayaaan dan meningkatkan kualitas masyarakat dan UMKM, sehingga mampu meningkatkan minat masyarakat untuk berwakaf dan menjadi solusi pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Kebijakan (regulasi) terkait LKM dibentuk dengan tujuan agar keseluruhan kegiatan disektor jasa keuangan terselenggara secara teratur, adil, transparan, dan akuntabel. Hadirnya kebijakan ini diharapkan menjadikan LKM khusunya BWM mampu berkontribusi untuk meningkatkan akses pendanaan skala mikro bagi masyarakat, membantu peningkatan pemberdayaan ekonomi dan produktivitas masyarakat, serta membantu peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat terutama masyarakat kurang mampu atau berpenghasilan rendah.

Keenam penelitian yang dilakukan oleh Gania Balqis & Tulus Sartono Pada tahun 2019 tentang  Bank Wakaf Mikro sebagai sarana pemberdayaan pada usaha Mikro, Kecil dan Menengah hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa bahwa bank wakaf mikro adalah lembaga keauangan mikro syariah yang kegiatannya hanya menfokuskan untuk pembiayaan, mengembangkan usaha serta membeedayakan untuk masyarakat kecil yang masih produktif yang diawasi oleh ojk, yang berkoordinasi dengan pondok pesantren, pemerintah, perangkat desa, dan daerah setempat, serta yang berlokasikan di lingkungan pondok pesantren. bank wakaf mikro mekanisme pembiayaannya berbasis kumpulan/kelompok serta keuntungan yang diperoleh hanya 3% tidak dengan jaminan, bank wakaf mikro cuma mengalirkan dana, bukan menjadikan aktifitas untuk menghimpun dana. transaksi di lembaga keuangan syariah wajib memakai akad yang tertera berdasarkan prinsip-prinsip syariah. di peraturan oJK no. 62/POJK.05/2015 disebutkan bahwa akad qard, isthisna, ijarah muntahiya bittamlik, salam, mudharabah,

musyarakah, murabahah, ijarah. pembiayaan yang dipakai untuk bank wakaf mikro amanah berkah nusantara menggunakan model pembiayaan dengan akad qard. ditetapkanya model pembiayaan dengan memakai akad qard, maka pihak bank berharap supaya bisa laba yang disetor untuk usaha skala kecil, mikro serta menengah, dan berharap agar pendapatanya bertambah. dan juga bisa mendorong agar anggotanya bisa untuk membayar sedekah, memisahkan uang agar bisa ditabung dan bisa menaikkan sisi religiusitas, serta membayar zakat. maka dari itu, pembiayaan yang akad nya menggunakan qard dipandang lebih efektif dalam usaha mengentaskan kemiskinan.

Ketujuh penelitian yang dilakukan oleh Siska Lis Sulistiani, Muhammad Yunus, dan Eva Misfah Bayuni pada tahun (2019) tentang bahwa legalitas serta peran bank wakaf mikro untuk mengentaskan kemiskinan yang berbasiskan pesantren di indonesia hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa 1) yuridis menganalisis implementasi di BWM dan BMT berkah umat ciganitri di kabupaten bandung ialah bank wakaf mikro menjadikan lembaga mikro keuangan syariah untuk melakukan fungsi lembaga keuangan mikro, bukan fungsi lembaga wakaf sebagai mengelola dana yang disebut nadzhir. 2) pengembangan mekanisme bank wakaf mikro ialah menyediakan layanan yang mempunyai prinsip syariah tidak dengan menggunakan bunga serta cuma membayar biaya administrasi senilai 3% pertahunnya, yang menggunakan basis kelompok serta tanpa usaha untuk nasabahbya, walaupun ada nasabahnya yang mencakup masyarakat pelaku usaha kecil atau mayarakat produktif dan belum mempunyai aks menurut lembaga keuangan formal berada di daerah perdesaan serta linkungan pondok pesantren.

Kedelapan penelitian yang dilakukan oleh Nilam Sari pada tahun (2012) tentang Manajemen Marketing (Pemasaran) Produk Jasa Keuangan Perbankan Dalam Prespektif Islam hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Ilmu ekonomi tidak bebas nilai (*value free*). Memasukkan gatra nilai etis social dalam diskursus ilmu ekonomi, tidak menghilangkan keilmiahan

ilmu ekonomi itu sendiri, juga tidak menganggu obyektivitasnya, hal ini disebabkan karena prinsip dan nilai manajemen bersifat universal tidak membatasi ruang gerak bermuamalah dan bertransaksi keuangan, sebaliknya justru mendorong keberhasilan bisnis jasa perbankan. Semakin ketatnya kompetisi di antara perusahaan, menjadikan bidang pemasaran ini mendapat perhatian sangat serius para ahli, karena ia menjadi semacam roh bagi sebuah korporat. Betapapun bagusnya sebuah produk, tanpa didukung pemasaran yang memadai, akan menjadi sia-sia. Pentingnya sebuah pemasaran didalam usaha bsinis bahkan bisa menajdi penentu berkembang tidaknya sebuah usaha. Memiliki sumber daya manusia dibidang pemasaran yang handal akan sangat menentukan sebuah keberhasilan usaha yang dikelola. Marketing Syariah tidak boleh terjebak hanya dalam hua hal ini spritualitas dan universal apalagi hanya dikaitkan oleh etika dalam bermarketing. Karena ada lain lagi hal yang sama pentingnya dengan ketiga hal tadi, yaitu marketing Syariah harus mempunyai dampak yang baik pasca eksekusi strategi marketingny.

kesembilan penelitian yang dilakukan oleh Luqman Nurhisam pada tahun (2017) tentang Etika Marketing Syariah hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa bahwa melihat pada aspek etika terhadap konsep serta mekanisme di marketing yang dijalani dari beberapa perusahaan, sehingga telah sesuai berdasarkan pada prinsip-prinsip ataupun ketentuan-ketentuan yang telah hadir dalam etika bisnis syariah serta prinsip syariah. menurut dasarnya selaku subatansial etika marketing akan beekembang di dunia modern serupa memakai etika marketing akan ada di ajaran islam, sebagai mana yang menjadikan perbedaannya ialah etika marketing modern bersumber pada marketing syariah (nilai-nilai kultural kemasyarakatan, padahal etika marketing di ajaran islam) yang berbasis spiritual, keahlian yang pokok sumbernya dari ajaran wahyu sebagaimana sering diketahui dengan syariat islam ( as-sunnah serta al-qur'an) serta spekuliasi (rasio akan pemikiran manusia). di islam sendiri, pengaruh besar di bisnis yaitu harus mempunyai etika, terlebih lagi di kegiatan marketing, kegiatan itu sudah

dijalankan waktu ketika periode jahiliyah sampai periode nabi muhammad saw. ( sekitar kurang lebih 28tahun), prinsip fundamental juga telah dijalankan kepada rasulullah untuk kegiatan perdagangan diketahui mempunyai nama prophetic value of business management, akan meliputi (syaja'ah) mampu ataupun berani mengambil keputusan, (fathanah) cerdas, (amanah) dapat dipercaya, serta (tabligh) komunikatif/menyampaikan. dalam perihal itu disebutkan secara substansi; mampu mengaplikasikan untuk setiap lini kegiatan bisnis yang dijadikan semacam kegiatan di marketing.

Kesepuluh penelitian yang dilakukan oleh Erin Nurhayati, Rustamunadi, Di'amah Fitriyyah pada tahun (2019) tentang analisis model pembiayaan bank wakaf dalam pemberdayaan usaha mikro syariah El-Manahij, pondok pesnatren Manahijussadat Lebak hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *pertama*, strategi pembiayaan yang diberikan Bank Wakaf Mikro El-Manahij kepada para nasabahnya dipergunakan sebagai modal usaha dalam rngka mengembangkan usaha ikro milik nasabah agar dapat lebih produktif dalam menghasilkan pendapatan untuk ekonomi keluarganya. Dengan mekanisme dalam penyaluran dananya berbasis pembiayaan Syariah dengan menggunakan akad Qard dan Ju'alah senilai 3% pertahun.

Adapun dalam penyaluran pembiayaan menggunakan prinsip tanggung renteng, tanggung renteng tersebut adalah tanggung jawab para debitur baik Bersama-sama, perorang maupun khusus untuk menanggung pembayaran anggota kelompoknya. Serta persyaratan yang tidak terbelit-belit dan mudah. *Kedua,* Model Pemberdayaan usaha mikro yang dilakukan oleh Bank Wakaf Mikro berupa pendampingan yang diberikan pada nasabah saat proses PWK( pelatihan Wajib Kelompok) sebelum menjadi nasabah dan pendampingan kelompok Halmi (Halaqah Mingguan) yaitu setelah menjadi nasabah.

Pemberian pemberdayaan tersebut, yaitu pengenalan terkait pelatihan wajib kelompok, Bank Wakaf Mikro, akad pembiayaan yang

digunakan untuk biaya angsuran yang dibayarkan, pembinaan agama, dan pengembangan usaha dan manajemen ekonomi rumah tangga yang disampaikan pada saat proses pendampingan tersebut. *Ketiga*, Dampak pemberdayaan usaha mikro yang dilakukan oleh Bank Wakaf Mikro, secara tidak langsung dapat meningkatkan pendapatan, membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan ukhuwah (persudaraan antara sesama umat muslim), meningkatkan ilmu keagamaan, meningkatkan produktivitas usaha masyarakata kecil perdesaan dan meningkatkan produktifitas kerja dari para pengusaha.

Dari beberapa telaah Pustaka yang telah diuraikan terdapat banyak penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi pemasaran. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada subyek yang dikomparasikan. Dan persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu mengenai pembahasan tentang strategi pemasaran pada Bank Wakaf Mikro, maka dari itu penulis mencoba menggali informasi yang lebih mendalam tentang "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan dan operasionalnya pada Bank Wakaf Mikro (BWM) Almuna Berkah Mandiri Yogyakarta dengan menggunakan data dan informasi yang ada penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif berdasarkan berdasarkan data-data yang tersedia. Untuk lebih jelas dan detail terhadap penelitian terdahulu dapat dilihat pada table tersebut.

| No. | Nama Penulis / Tahun / Judul | Hasil Penelitian | Persamaan dan Perbedaan Penelitian |
|---|---|---|---|
| 1 | Moh Toriqqudin (2015) "Etika Pemasaran Prespektif Al-Qura'an dan Relevansinya | Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada tiga etika pemasaran yang terdapat dalam alQur'an yaitu: pemasaran beretika, pemasaran profesional, pemasaran transparan. Disebut | Persamaan dari penelitian yang dilakukan adalah sama-sama meneliti |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | dalam perbankan Syaria'ah" | pemasaran beretika jika memenuhi dua komponen yaitu lemah lembut/ramah dan sopan santun, kemudian disebut pemasaran profesional jika memenuhi dua komponen yaitu adil dalam promosi dan adil terhadap orang lain. sedangkan yang dimaksud dengan pemasaran transparan jika memenuhi tiga komponen yaitu tidak menggunakan cara bathil, realistis, dan bertanggung jawab. | tentang etika pemasaran. Sedangkan perbedaan dari penelitian yang dilakukan adalah terletak pada Perbankan Syariah dan Bank Wakaf Mikro. |
| 2 | Hilmiatus Salha (2019) "konsep pemasaran dalam prespektif ekonomi islam" | disimpulkan bahwa pemasaran dalam konsep prespektif islam atau ekonomi islam, bisa disebut juga dengan konsep pemasaran syariah, aktifitas dalam hal menggunakan konsepnya sam seperti pemasaran konvensional, seperti yang digunakan saat kegiatan bisnis, adapun sesuatu hal yang berbeda yaitu waktu prinsip nila-nilai ketiga digunakan bisa mewujudkan capaian dalam sebuah pemasaran itu, capaian target agar bisa memperoleh falah pada aktivitas ekonomi ketika mengarah ke masalah- | Persamaan dari penelitian yang dilakukan adalah sama-sama meneliti tentang konsep pemasaran dalam prespektif ekonomi islam atau syariah Sedangkan perbedaan dari penelitian yang dilakukan adalah terletak pada konsep |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | masalah ekonomi, perihal itu pun berlangsung mengkaji penasaran, maslahah bisa diperoleh bukan hanya disebabkan aktivitas bisnis yang dijalankan selaras beserta prinsip islam, akan tetapi pemasaran patut menpunyai akhlah (etika) selaras seperti kriteria yang terkandung di hadist & al qur'an. pemasaran dalam menggunakan aktifitas pemasarannya selebihnya mempunyai pandangan ketika keuntungan dan bukan memperhatikan angka-angka pertimbangan, seperti keadilan serta kejujuran sehingga konsep pemasarannya pun tetap menggunakan konvensional, tidak menggunakan prespektif islam, dikarenakan pada prespektif ekonomi islam akrifitasnya bisnis menjadikan maslahah untuk mewujudkan falah, oleh sebab ini pemasaran patut mengetahui tiap-tiap perihal yang dikerjakan mempunyai sebagai tanggung jawab yang diakhir waktu menghadap Allah Swt. | pemberdayaan masyarakat dan konsep untuk mendapatkan falah dalam aktivitas ekonomi. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 3 | Edi Santoso & Riawan (2017) "strategi pemasaran produk bank pembiayaan rakyat Syariah (BPRS)" | Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan data diperoleh melalui wawancara langsung dengan pihak direktur BPRS Mitra Mentari Sejahtra. dari hasil wawancara ditemukan bahwa BPRS dalam menawarkan produknnya, hendaknya selalu memanfaatkan warga Muhammadiyah untuk dijadikan sebagai nasabah, hal ini terbukti dengan lebih dominannya jumlah nasabah yang ada di BPRS. Tahap perencanaan, strategi dan sampai pada implementasi telah dilakukan dengan baik. Dari data yang diperoleh bahwa penghimpunan dan penyaluran dana untuk setiap bulan selalu mengalami peningkatan, hal ini akan menjadi kekuatan BPRS untuk tetap bertahan untuk jangka panjang | Persamaan dari penelitian yang dilakukan adalah sama-sama meneliti strategi pemasaran produk pembiayaan menghimpun dana dan menyalurkan Kembali ke masyarakat Sedangkan perbedaan dari penelitian yang dilakukan adalah terletak pada strategi pemasaran produknya menggunakan penyaluran dana sebagai kredit yang dilaksanakan secara efektif sedangkan Bank Wakaf menggunakan |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | sebagai penyaluran dana sebagai pemberdayaan masyarakat. |
| 4 | Juneda (2019) "strategi pemasaran produk pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Parepare" | bahwa tentang produk pembiayaan yang dimiliki pt. bni syariah kc. parepare hasik penelitian itu bisa disimpulkan bahwa strategi memasarkan produk dari pt. bni syariah kc . parepare mencakup bagian bauran pemasaran meliputi 7p diantaranya ialah orang/karyawan, proses, produk, fasilitas fisik, promosi, harga serta tempat. sewaktu mempergunakan tujuh unsur itu, dalam strategi pemasaranya yang paling efektif ketika dilakukan oleh pt. BNI syariah kc. parepare ialah menggunakan strategi berpromosi yang sifatnya mendatangi rumah perumah nasabah dengan cara ketuk pintunya di tiap rumah nasabanya. dalam strategi memasarkan produk pembiayaan di usaha pada pt. bni syariah kc. parepare agar | Persamaan dari penelitian yang dilakukan adalah sama-sama memiliki bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, Sedangkan perbedaan dari penelitian yang dilakukan adalah terletak pada cara promosinya yaitu menggunakan door to door sedangkan Bank wakaf Mikro melakukan perkumpulan |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | sejalan berdasarkan prinsip manajemen syariah. | yang dinamakan halaqah. |
| 5 | Hari Sutra Disemadi & Kholis Roisah (2019) "kebijakan model bisnis bank wakaf mikro sebagai solusi pemberdayaan ekonomi masyarakat" | Penelitian ini merupakan penelitian doktrinal, yaitu penelitian yang menggunakan metode penelitian hukum normatif (normative legal research). Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa pendirian BWM saat ini masih berdasarkan Undang-Undang tentang Lembaga Keuangan Mikro dengan menerapkan prinsip syariah dalam pengoperasiannya. Hadirnya kebijakan terkait BWM bertujuan untuk memberikan landasan hukum dalam pengoperasionalisasinya. Kehadiran BWM merupakan dukungan yang komprehensif dalam upaya" mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat dan UMKM yang terkendala akses pendanaan ke lembaga keuangan formal. | Persamaan dari penelitian yang dilakukan adalah sama-sama mendorong meningkatkan pemberdayaan ekonomi produktivitas masyarakat. Sedangkan perbedaan dari penelitian yang dilakukan adalah terletak pada penelitiannya yang memberdayakan masyarakat, melakukan promosi strategi pemasaran. |
| 6 | Gania Balqis & Tulus Sartono | bahwa bank wakaf mikro adalah lembaga keauangan mikro | Persamaan dari penelitian yang |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | tu(2019) “Bank Wakaf Mikro sebagai sarana pemberdayaan pada usaha Mikro, Kecil dan Menengah” | syariah yang kegiatannya hanya menfokuskan untuk pembiayaan, mengembangkan usaha serta membeedayakan untuk masyarakat kecil yang masih produktif yang diawasi oleh ojk, yang berkoordinasi dengan pondok pesantren, pemerintah, perangkat desa, dan daerah setempat, serta yang berlokasikan di lingkungan pondok pesantren. bank wakaf mikro mekanisme pembiayaannya berbasis kumpulan/kelompok serta keuntungan yang diperoleh hanya 3% tidak dengan jaminan, bank wakaf mikro cuma mengalirkan dana, bukan menjadikan aktifitas untuk menghimpun dana. transaksi di lembaga keuangan syariah wajib memakai akad yang tertera berdasarkan prinsip-prinsip syariah. di peraturan oJK no. 62/POJK.05/2015 disebutkan bahwa akad qard, isthisna, ijarah muntahiya bittamlik, salam, mudharabah, musyarakah, murabahah, ijarah. pembiayaan yang dipakai untuk | dilakukan adalah sama-sama menggunakan akad qard atau penyaluran dana yang dilakukan dilingkungan pondok pesantren. Sedangkan perbedaan dari penelitian yang dilakukan adalah terletak pada strategi pemsaran yang dilakukan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | bank wakaf mikro amanah berkah nusantara menggunakan model pembiayaan dengan akad qard. ditetapkanya model pembiayaan dengan memakai akad qard, maka pihak bank berharap supaya bisa laba yang disetor untuk usaha skala kecil, mikro serta menengah, dan berharap agar pendapatanya bertambah. dan juga bisa mendorong agar anggotanya bisa untuk membayar sedekah, memisahkan uang agar bisa ditabung dan bisa menaikkan sisi religiusitas, serta membayar zakat. maka dari itu, pembiayaan yang akad nya menggunakan qard dipandang lebih efektif dalam usaha mengentaskan kemiskinan. | |
| 7 | Siska Lis Sulistiani, Muhammad Yunus, dan Eva Misfah Bayuni (2019) "peran dan legalitas Bank Wakaf Mikro dalam pengentasan | Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa 1) yuridis menganalisis implementasi di BWM dan BMT berkah umat ciganitri di kabupaten bandung ialah bank wakaf mikro menjadikan lembaga mikro keuangan syariah untuk melakukan fungsi lembaga keuangan mikro, bukan fungsi | Persamaan dari penelitian yang dilakukan adalah sama-sama melakukan layanan pembiayaan yang berprinsip syriah tanpa |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | kemiskinan berbasis pesantren di Indonesia" | lembaga wakaf sebagai mengelola dana yang disebut nadzhir. 2) pengembangan mekanisme bank wakaf mikro ialah menyediakan layanan yang mempunyai prinsip syariah tidak dengan menggunakan bunga serta cuma membayar biaya administrasi senilai 3% pertahunnya, yang menggunakan basis kelompok serta tanpa usaha untuk nasabahbya, walaupun ada nasabahnya yang mencakup masyarakat pelaku usaha kecil atau mayarakat produktif dan belum mempunyai aks menurut lembaga keuangan formal berada di daerah perdesaan serta linkungan pondok pesantren. | mengenakan bunga dan hanya membayar biaya administrasi sebesar 3% pertahun. Sedangkan perbedaan dari penelitian yang dilakukan adalah terletak pada analisis implementasi yang dijalankan menggunakan fungsi keuangan mikro bukan menggunakan wakaf. |
| 8 | Nilam Sari (2012) "Manajemen Marketing (Pemasaran) Produk Jasa Keuangan Perbankan | dapat disimpulkan bahwa Ilmu ekonomi tidak bebas nilai (*value free*). Memasukkan gatra nilai etis social dalam diskursus ilmu ekonomi, tidak menghilangkan keilmiahan ilmu ekonomi itu sendiri, juga tidak menganggu obyektivitasnya, hal ini | Persamaan dari penelitian yang dilakukan adalah sama-sama melakukan pemasaran produk |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | Dalam Prespektif Islam” | disebabkan karena prinsip dan nilai manajemen bersifat universal tidak membatasi ruang gerak bermuamalah dan bertransaksi keuangan, sebaliknya justru mendorong keberhasilan bisnis jasa perbankan. Semakin ketatnya kompetisi di antara perusahaan, menjadikan bidang pemasaran ini mendapat perhatian sangat serius para ahli, karena ia menjadi semacam roh bagi sebuah korporat. Betapapun bagusnya sebuah produk, tanpa didukung pemasaran yang memadai, akan menjadi sia-sia. Pentingnya sebuah pemasaran didalam usaha bsinis bahkan bisa menajdi penentu berkembang tidaknya sebuah usaha. Memiliki sumber daya manusia dibidang pemasaran yang handal akan sangat menentukan sebuah keberhasilan usaha yang dikelola. Menekankan pada upaya pemasaran akan semakin lengkap jika diimbangi dengan pemaksimalan kualitas produk usaha atau layanan. Sudah | perbankan yang dimiliki. Sedangkan perbedaan dari penelitian yang dilakukan adalah terletak pada produk jasa keuangan perbankan Syariah sedangakan Bank Wakaf produk pembiyaaan pemberdayaan ekonomi masyarakat. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | seharusnya kegiatan marketing atau pemasaran dikembangkan pada karakteristik yang sebenarnya, yakni religius, beretika, realistis dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusaiaan. Inilah yang dinamakan marketing Syariah, dan inilah konsep terbaik marketing untuk hari ini dan masa depan. Marketing Syariah tidak boleh terjebak hanya dalam hua hal ini spritualitas dan universal apalagi hanya dikaitkan oleh etika dalam bermarketing. Karena ada lain lagi hal yang sama pentingnya dengan ketiga hal tadi, yaitu marketing Syariah harus mempunyai dampak yang baik pasca eksekusi strategi marketingnya. Marketing harus bisa mengedukasi nasabah. Menjadi seorang pemasar yang handal, dan cerdas tidak hanya memikirkan target, tapi juga memikirkan bagaimana caranya supaya kedepan atau dimasa yang akan datang tidak akan memunculkan permasalahan yang dianggap merugikan orang | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | lain akibat kelalaian kita tidak mengedukasi nasabah atau pelanggan kita. Strategi manajemen produk jasa keuangan islami yang sudah dibuat pihak perbankan Syariah akan berjalan sukses, sesuai dengan rencana, apabila seorang marketing secara konsisten menjalankan strategi yang dijalankan dengan beretika, dan melakukan review terhadap strategi pemasaran yang telah dijalankan apabila mengalami kegagalan. | |
| 9 | Luqman Nurhisam (2017) "Etika Marketing Syariah" | Bahwa melihat pada aspek etika terhadap konsep serta mekanisme di marketing yang dijalani dari beberapa perusahaan, sehingga telah sesuai berdasarkan pada prinsip-prinsip ataupun ketentuan-ketentuan yang telah hadir dalam etika bisnis syariah serta prinsip syariah. menurut dasarnya selaku subatansial etika marketing akan beekembang di dunia modern serupa memakai etika marketing akan ada di ajaran islam, sebagai mana yang menjadikan | Persamaan dari penelitian yang dilakukan adalah sama-sama melakukan konsep dan mekanisme dalam marketing di dalam etika pemasaran. Sedangkan perbedaan dari penelitian yang dilakukan |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | perbedaannya ialah etika marketing modern bersumber pada marketing syariah (nilai-nilai kultural kemasyarakatan, padahal etika marketing di ajaran islam) yang berbasis spiritual, keahlian yang pokok sumbernya dari ajaran wahyu sebagaimana sering diketahui dengan syariat islam ( as-sunnah serta al-qur'an) serta spekuliasi (rasio akan pemikiran manusia). di islam sendiri, pengaruh besar di bisnis yaitu harus mempunyai etika, terlebih lagi di kegiatan marketing, kegiatan itu sudah dijalankan waktu ketika periode jahiliyah sampai periode nabi muhammad saw. (sekitar kurang lebih 28 tahun), prinsip fundamental juga telah dijalankan kepada rasulullah untuk kegiatan perdagangan diketahui mempunyai nama prophetic value of business management, akan meliputi (syaja'ah) mampu ataupun berani mengambil keputusan, (fathanah) cerdas, (amanah) dapat dipercaya, serta (tabligh) komunikatif/menyampaikan. | adalah terletak pada cara melakukan etika menjalankan etika marketing dalam pemasaran yang dimilki sebuah perusahaan atau perbankan. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | dalam perihal itu disebutkan secara substansi; mampu mengaplikasikan untuk setiap lini kegiatan bisnis yang dijadikan semacam kegiatan di marketing. | |
| 10 | Erin Nurhayati, Rustamunadi, Di'amah Fitriyyah (2019) "analisis model pembiayaan bank wakaf dalam pemberdayaan usaha mikro syariah El-Manahij, pondok pesantren Manahijussadat Lebak" | dapat disimpulkan bahwa *pertama*, strategi pembiayaan yang diberikan Bank Wakaf Mikro El-Manahij kepada para nasabahnya dipergunakan sebagai modal usaha dalam rangka mengembangkan usaha mikro milik nasabah agar dapat lebih produktif dalam menghasilkan pendapatan untuk ekonomi keluarganya. Dengan mekanisme dalam penyaluran dananya berbasis pembiayaan Syariah dengan menggunakan akad Qard dan Ju'alah senilai 3% pertahun.<br>Adapun dalam penyaluran pembiayaan menggunakan prinsip tanggung renteng, tanggung renteng tersebut adalah tanggung jawab para debitur baik Bersama-sama, perorang maupun khusus untuk menanggung pembayaran anggota kelompoknya. Serta | Persamaan dari penelitian yang dilakukan adalah sama-sama menggunakan model pembiaayan yang serupa yaitu menggunakan akad qard dan ju'alah perbedaan dari penelitian yang dilakukan adalah lokasi penelitian yang dilakukan. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | persyaratan yang tidak terbelit-belit dan mudah. *Kedua*, Model Pemberdayaan usaha mikro yang dilakukan oleh Bank Wakaf Mikro berupa pendampingan yang diberikan pada nasabah saat proses PWK (pelatihan Wajib Kelompok) sebelum menjadi nasabah dan pendampingan kelompok Halmi (Halaqah Mingguan) yaitu setelah menjadi nasabah. Pemberian pemberdayaan tersebut, yaitu pengenalan terkait pelatihan wajib kelompok, Bank Wakaf Mikro, akad pembiayaan yang digunakan biaya angsuran yang dibayarkan, pembinaan agama, dan pengembangan usaha dan manajemen ekonomi rumah tangga yang disampaikan pada saat proses pendampingan tersebut. *Ketiga,* Dampak pemberdayaan usaha mikro yang dilakukan oleh Bank Wakaf Mikro, secara tidak langsung dapat meningkatkan pendapatan, membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan ukhuwah (persaudaraan antara | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | sesama umat muslim), meningkatkan ilmu keagamaan, meningkatkan produktivitas usaha masyarakat kecil perdesaan dan meningkatkan produktifitas kerja dari para pengusaha. | |

**Tabel 2. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

## B. Landasan teori

### 1. Lembaga Keuangan Dari Masa Ke Masa

a. Lembaga Keuangan Pada Masa Rasulullah

Berikut penggolongan pendapatan negara islam berdasarkan dua kategori (Annisa Ummu Fadlilah, 2015)

1) Pendapatan pokok
   - *Kharaja* (uang sewa akan menjadi miliki negara akibat pembebasan tanah oleh tentara islam).
   - *Ushyr* (pungutan sepersepuluh dari harta yang diperdagangkan ketika seseorang melintasi perbatasan suatu negara) jadi ushyr mirip denganbea cukai sekarang.
   - *Zakat*
   - *Jizyah* (pajak perkapita yang diberikan oleh penduduk non-muslim pada suatu negara dibawah peraturan islam).
2) Pendapatan kedua
   - Wakaf
   - Amwal fadhla (kaum muslimin yang meninggal tanpa waris atau barang yang berasal dari seorang muslim yang meninggalkan negerinya)
   - Uang tebusan untuk tawanan perang.

- Nawaib (pajak khusus yamg dibebankan kaum muslimin yang kaya raya dalam rangka menutupi pengeluaran negara pada saat kondisi darurat.
- Khumus atau rikaz (barang temuan dari zaman purbakala atau biasa disebut harta karun).
- Contoh lainnya kafarat (beramal hewan di waktu qurban).

Waktu ketika Rasulullah saw,sudah ada lembaga keuangan yang menjalankan fungsi perbankan walaupun belum secara keseluruhan. Pada saat menerapkan fungsi perbankan terdapat beberapa yang sudah menjalankan fungsi pembayaran, fungsi pemberian modal kerja, fungsi pengiriman uang, serta fungsi pinjaman uang.

b. Lembaga Keuangan waktu ketika Khulafaur Rasyidin

Baitul maal telah didirikan Rasulullah saw sebagai Lembaga resmi pengelolaan pendapatan pemerintah islam dan perkembangan di masa Abu Bakar Shiddiq. Langkah-langkah yang dilakukan abu Bakar dalam pengembangan penerimaan sumber keuangan negara pada saat itu, antara lain dengan perhitungan zakat yang akurat dan penegakan hukum bagi pihak yang tidak mau membayar zakat dan pajak.

Pada khalifah Rasulullah serta Abu Bakar, Baitul maal sering menangani permasalahan terkait dengan pendapatan pokok serta pendapatan kedua. Lembaga keuangan Baitul maal berkembang menjadi Lembaga yang menyusun pendapatan aris kas negara dan menggaji tantara islami, baitul maal berubah menjadi Ad-divan. Ad-divan berarti tempat yang digunakan dalam pembayaran tunjangan angkatan perang dan pembayaran dana pensiun bagi yang pernah tergabung dalam kemiliteran.

Waktu ketika Utsman bin Affan, Islam mendatangkan hasil kekuasaan di wilayah tunisia, bagian daerah persia, armenia.

Penerimaan Baitul Maal meningkat terutama yang bersal dari kharja. Kharja meningkat dari 9 juta dirham dimasa Umar bin Khattab menjadi 50 juta dirham dimasa Utsman. Kharja merupakan pajak penyewaan tanah kepada individu atas lahan Persia milik pemerintah. Islam berhasil menguasai dengan kamajuan di wilayah yang semakin meluas berkat utsman bin affan sehingga membust sebuah organisasi keamaan yang berguna untuk menjamin stabilitas keamanan di daerah perekonomian yang bertujuan untuk menjaga keamanan perdagangan.

Di masa pemerintahan Ali bin Thalib lahir kebijakan menarik semua tanah yang diberikan oleh Utsman bin Affan oleh para pejabat. Pemerintah melakukan pengawasan ketat terhadap Lembaga keuangan saat itu, serta kebijakan-kebijakan sama dengan saat masa Umar. (Arif, 2021)

c. Lembaga Keuangan Pada Masa Dinasti Umayyah

Sesudah wafatnya sayidina ali, keppemimpinan masyarakat islam keberadaanya di tangan muawiyah bin abi sufyan adapun kemudian tongkat estafet kepemimpin mengarah kepada putra mahkota sebagai pihak yang memiliki tahta. Waktu dunia islam saat dibawah kepemimpinan saat muawiyah dan keturunannya akan disebut dengan bani umayah, kondisi baitul maal berubah. Andai wqaktu masa sebelumnya baitul maal dikelola dengan seluruh pemerintahan itu, baitul maal keika seutuhnya dibawah hubungan kekhalifahan dengan keadaan transportasi rakyat, dan dengan oleh dipertanyakan (tanggapan) oleh rakyat.

Keadaan itu terus berlanjut hingga dipilihnya Umar bin Abdul Aziz sebagai pemimpin. Waktu ketika pemerintahan Umar bin Abdul Aziz akan diangkat sebagai pemimpin, kegunaan Baitul Maal bertambah luas. Baitul Maal ketika pertama kali dipergunakan sebagai penyaluran biaya tunjangan kemudian berkembang serta memberdayakan sewaktu ketika mengalirkan

pembiayaan untuk kebutuhan membangun sarana serta prasaran umum. Selain itu, baitul maal selalu dipergunakan sebagai pembiayaan rencana terjemah buku-buku pemikiran yunani kuno. Disinilah pemikiran islam bermula.

d. Sejarah Perkembangan Lembaga Keuangan Modern

Ide bedirinya perbankan syariah ditingkatkan internasional bermunculan diwaktu rapat negara-negara islam sedunia waktu ketika di kuala lumpur malaysia akan berlangsung pada tangaal 21 hingga 27 april 1969 yang dihadiri 19 negara peserta. Saat sidang menteri keuangan OKI 1975 di jeddah menyepakati proses islamic development bank (IDB) atau bank pembangunan islami. IDB menyampaikan pinjaman tanpa bunga untuk rencana infrastuktur serta membiayai untuk negara-negara anggota. IDB selalu menolong dan membangunkan bank-bank islam di belahan negara. Kehadiran IDB sudah memotivasi untuk Negara islam supaya bisa mendirikan lembaga keuangan syariah. Kesudahan, waktu awal decade 1980-an perbankan syariah bermunculan di negara-negara seperti pakistan, malaysia, sudan, iran, turki, bangladesh, serta mesir (Fadhillah, 2015).

Berdasarkan laporan Internasional Association of Islamic Bank, hingga akhir 1999 tercatat lebih dari dua ratus Lembaga keuangan Islam yang beroperasi di seluruh dunia, termasuk di negara-negara yang mayoritas penduduknya non-muslim seperti negara-negara di wilayah Eropa, Amerika, maupun negara Australia. Saat ini banyak nama besar dalam dunia keuangan internsaional seperti Citibank, Jardine Flemming, ANZ, Chase Chemical Bank, Goldman Seach, dan lain-lain telah membuka cabang dan subsidiaries yang berlandaskan prinsip Syariah. (Arif, 2021)

e. Sejarah Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia

Lembaga keuangan Syariah mulai berkembang dari tahun 1990. Sedangkan di indonesia , pembentukan lembaga keuangan pertama kali pada tahun 1992 yang bernama bank muamalat Indonesia (BMI). Diindonesia bank syariah perkembangannya agak melambat dibandingkan sama negara-negara muslim yang lain. Berdasarkan statistik laporan yang ada Bank Indonesia, pertumbuhan akselerasinya pada asset perbankan Syariah ketika tahun 2007 sampai 2011 rata-rata setiap tahunnya 40,2% padahal bank nasional hnaya sebesar 16,7% pertahun. Pertumbuhan akselerasi pada asset perbankan nasional awal mulanya 2% di tahun 2005 naik hingga 4% ditahun 2011. Trend asset pertumbuhan perbankan Syariah ketika meningkat berharap dapat melakukan peningkatan dibagian perbankan Syariah mencapai 15%-20% sebagai industri perbankan nasional (Sari N. &., 2012).

Sesudah berdirinya bank muamalah indonesia (BMI), kini ada bank Syariah yang lain, yang bernama (BPRS) atau disbut dengan bank perkreditan rakyat syariah. Kedua macam bank itu berjalan sebagai bank umum yang didasari oleh konsep Syariah. Landasan hukum berjalanya bank Syariah sudah tertera di undang-undang No. 7 Tahun 1992 perihal bank akan mewujudkan perbaikan yang berawal ketika undang-undang sebelumnya yaitu UU No. 14 1976 berisikan mengenai inti dari perbankan. Hadirnya UU No.7 Tahun 1992 berisikan tentang landasan hukum berjalannya bank Syariah. perrihal itu menyebutkan tanda awalmulanya babak baru untuk perbankan pada bank Syariah di indoensia (Fadhillah, 2015).

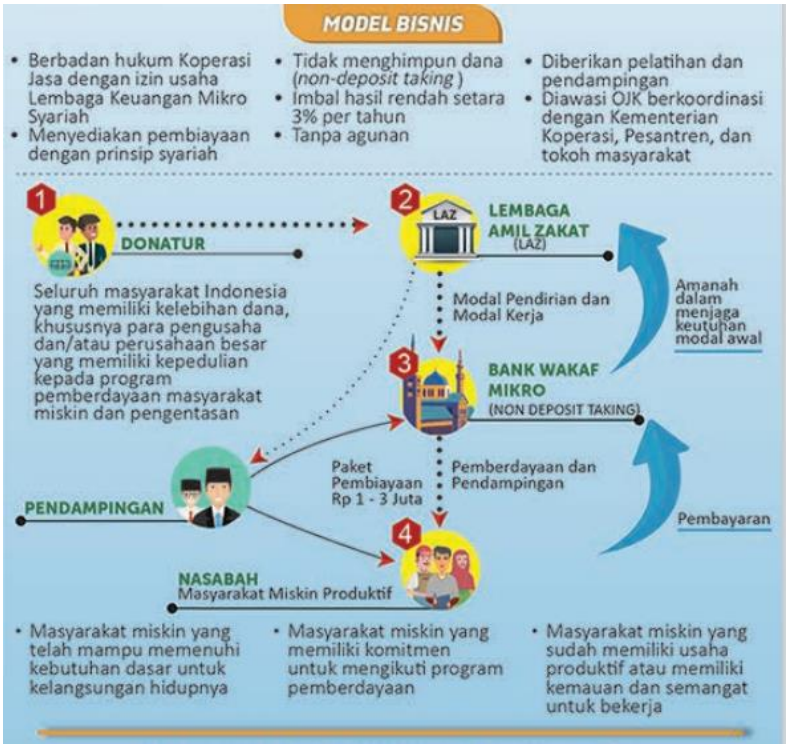
**2. Bank Wakaf Mikro**

Kata *waqf* atau wakaf bermula sejak diwilayah arab, yang berbunyi *waqafa* artinya berdiam, berhenti atau menahan ditempat (tetap berdiri). Menurut hukum islam wakaf bisa diartikan sebagai

memberi sesuatu hak kepunyaan yang bertahan lama zatnya untuk seorang penjaga wakaf atau *nadzir* baik berwujud badan ataupun perorangan, pengelola menentukan berdasarkan hasil maupun manfaat yang akan dipakai dalam hal-hal berdasarakan sesuai syariat islam.

Bank wakaf mikro sendiri merupakan sebuah lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang berpusat untuk pembiayaan masyarakat kecil, dan dalam peristiwa itu, OJK melakukan kerja sama beserta LASNAZ (Lembaga Amil Zakat Nasional) berbentuk LKMS. Islam mengajarkan tentang, wakaf yang fungsinya sebagai manfaat ekonomi harta benda dan mewujudkan kesejahteraan umum serta untuk kebutuhan ibadah. Perihal itu sejalan dengan bertujuan agar pendirian bank Wakaf Mikro itu, bisa untuk membangun komitmen besar OJK dengan adanya keuangan maasyarakat, terlebih lagi untuk masyarakat kecil serta menengah, dengan tersediannya akses permodalan atau pembiayaan untuk masyarakat apabila belum berhubungan dengan lembaga keuangan formal terlebih lagi lokasinya berada di sekitar pondok pesantren.

Bank Wakaf Mikro mempunyai karakteristik yang terletak terletak ketika proses mendampingi para nasabah. pertama-tama bank wakaf mikro melakukan seleksi kepada para calon nasabah, kemudian para calon nasabah didampingi para staf untuk melakukan pelatihan lokasinya berada di BWM serta dijelaskan tentang “tanggung renteng”. Akan tetapi tidak semua pesantren itu bisa mendirikan Bank Wakaf, karena terdapat beberapa procedur penliaian yang harus dilakukan terlebih dahulu sebeleum Pesantren layak dikatakan bisa untuk mendirikan Bank Wakaf. PBNU bekerja sama dengan OJK untuk mengamati apakah pesantren ini memerlukan pembiayaan di skala mikro dan produktifitasnya apakah layak, apabila dinyatakan layak maka selanjutnya kesiapan serta komitmen yang ada di pesantren juga dinilai. (Otoritas Jasa Keuangan, 2017)




**Gsmbar 2.1 Model Bisnis Bank Wakaf Mikro**

**Sumber:** https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Bank-Wakaf-Mikro-Mendorong-Ekonomi-Umat.aspx

### 3. Strategi pemasaran

Pemasaran secara umum dapat diartikan sebagai suatu proses social yang merancang dan menawarkan justu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan. Menurut Asosiasi Pemasaran Amerika, pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi para pemilik sahamnya. Menurut Kotler dan AB Susanto, pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan

keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar suatu yang bernilai satu sama lain (Kotler, 2012).

Strategi pemasaran ialah sasaran dan proses tujuan, yang merupakan bagian dari strategi pemasaran akan mempunyai aturan dan kebijakan supaya bisa memberikan arahan bagi pengusaha di pemasaran dari waktu ke waktu untuk tiap-tiap susunan dan lokasinya. Produk bagi pasar dan jasa perbankan begitu meluas, sehingga bank maupun perusahaan bukan hal mudah untuk memasuki pasar bahwa sebegitu luas dan walapun mampu mungkin hasilnya sangatlak kecil. Adapun pasar umum itu penting, sebab dipilah-pilah supaya memudahkan perusahaan untuk melakukan usaha pemasaran produk patut dikerjakan terlebih dulu meriset pasar, agar tujuanya bisa mengenal apakah besar yang akan dimasuki, serta seberapa besar kompetitor, dan siapa yang akan menjadi konsumen produk tersebut (Kotler, 2012).

a. Segmentasi pasar

Segmentasi ialah pemasaran yang melibatkan tentang pemasaran massal, pedagang melakukan promosi massal, produksi massal, distribusi massal di bagian tertentu untuk semua pembeli. Argumen tentang pemasaran massal ialah yang menciptaka potensi pasar akan tersebar, sehimgga bisa untuk mengeluarkan biaya supaya lebih rendah waktu saat mengerjakan hasil harga sehinggaa didapatkan lebih rendah (margin) lebih tinggi. Tetapi dengan banyaknya sehingga mengkritik serta menunjukkan ketika di satu hal yang nyata bahwa pasar ini sebetulnya terpecah-belah, membatasi pemasaran massal susah dilakukan. Hal itulah bisa dapat menimbulkan kepatutan melaksanakan segmentasi pasar. Segmentasi pasar disebut juga dengan kegiatan meilah-milah pasar, setelah dilakukan pasar segmentasi maka Langkah selanjutnya adalah menetapkan pasar sasarran (targeting),

kemudian Langkah yang terakhir adalah menetapkan posisi pasar (poditioning) (Arif, 2021).

Kotler(2000) memberikan denifini segmentasi pasar sebagai berikut: pasar segmentasi ialah runtunan proses kedalam runtunan perbuatan sehingga berpotensi untuk mempunysi kebutuhan yang digunakan bersama dan atau karakteristik bisa didintai demi menunjukkan hubungan pembeli supaya sama.Untuk menjalankan segmentasi pasar, ditemukan berbagai cara. Segmentasi mampu dilaksanakan menurut, demografis, psikologis, geografis serta tingkah laku supaya bisa digunakan untuk diri sendiri mapun bersama. Sebagai ketentuan proses, dasar-dasar segmentasi pasar diterangkan dalam berikut ini:

1) Sesorang dengan keadaan: segmentasi dilaksanakan menurut kemampuan memperoleh konsumen (pendapatan distribusi)..
2) Seseorang berkeinginan sebab mengeluarkan: segmnetasi dilaksanakan beserta mengamati tanggapan agar memperoleh konsumen.
3) Seseorang beserta kemauannya: segmentasi mampu dilaksanakan melakukan bagian demografis dan geografis.

b. Targeting (pasar yang disasar)

Targeting atau pasar yang disasar memiliki maksud mengevaluasi beragam segmen tersebut untuk memutuskan segmen mana yang menajadi target market. Maksud memberikan segmen pasar akan berlainan perusahaan mesti memperhatikan dua factor ialah kemampuan menghela pasar selaku perihal demi maksud serta sumber kemampuan perusahaan (Kotler,2003).

Sesudah itu liu, huan, kertyajaya, dan kotler menunjukkan mempunyai tiga penilaian adapun patu memenuhi perusahaan ketika waktu memutuskan serta mengevaluasi segmen supaya bisa menjadikan dalam target.

1) Pertama, perusahaan patut menentukan untuk segmen pasar supaya mengarah ke sasaran agar hasilnya lumayan besar dan hampir memenuhi keuntungan perihal perusahaan.
2) Kedua, ialah memang menentukan target harus dengan strategi yang didasari oleh keadaan kompetisi perusahaan yang berhubungan. Keadaan kompetisi menjadikan sistem bertujuan sebagai tolak ukur apakah perusahaan mempunyai keteguhan dan kemahiran yang mewadai bertujuan mengendalikan segmen pasar agar memilih untuk memberi value kepada konsumen..
3) Ketiga, ialah menyatakan bidikan supaya diambil agar memilih segmen pasar penting berdasarkan saat kondisi dalam persaingan. Perusahaan penting memikirkan kondisi persaingan agar dengan cara berlanjut mapun tidak lanjut supaya mempengaruhi oleh kemampuan pada targeting dalam sebuah perusahaan (Sahla, 2019).

c. Positioning

Positioning ialah pengambilan contoh dan citra perusahaan supaya bisa menduduki di salah satu letak yang berkompetitif agar berarti dan ada di pikiran pelanggan sasarannya. Positioning mennjadikan elemen sebagai target utama di salah satu strategi pemasaran. Sebuah perusahaan mampu menjadikan pada posisi melampaui presepsi pelanggan kepada produknya dan produk persaingannya supaya dapat menghasilkan peta presepsi. Beserta memakai informasi sejak presepsi peta itu, mampu diketahui sebagai strategi dalam menentukan posisi. (Kotler, 2012).

Positioning (menetukan) posisi ialah sesuatu aktifitas yang menyatakan pembuatan produk dalam bersaing dan menentukan bauran pemasaran secara lebih rinci. Menentukan penempatan pasar untuk produk maupun jasa di perusahaan sangatlah penting. Produk maupun jasa dipromosikan menurut

letak supaya keinginan bagi nasabah, agar mampu mempengaruhi kecenderungan nasabah agar memberi produk maupun jasa yang ditawakan. Posisioning menangkap rancangan dalam penawaran dan citra bagi perusahaan/perbankan supaya target pasar beranggapan harus menempatkan perusahaan/perbankan berdekatan dengan perusahaan lainnya (Sahla, 2019)

d. Diferensiasi

Menurut porter dalam Kotler et.al. (2003) hakikat dari positioning adalah penciptaan posisi yang unik dan bernilai, yang melibatkan sekumpulan aktivias yang berbeda dari yang dipilih pesaing. Selanjutnya Kotler, Kartajaya, Huan, dan Liu (2003), menyatakan diferesiasi merupakan tindakan merancang seperangkat perbedaan yang bermakna dalam tawaan perusahaan. Tawaan tersebut harus dipersepsikan oleh konsumen sebagai hal yang berbeda, namun harus benar-benar berbeda dalam hal content, context, dan infrastrukturnya (Kotler, 2012).

**4. Bauran pemasaran**

Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaraan mempunyai seperangkat yang sifatya mampu mengendalikan yaitu sebagai bauran pemasaran atau (marketing mix). Menurut Kotler, Bauran pemasaran ialah perlengkapan benda pemasaran factor supaya mampu dikuasai promotion, place, product, price akan dipadukan dengan perusahaan bertujuan mengeluarkan respon supaya diharapkan didalam pasar sasaran (Kotler, 2012).

Menurut Saladin, marketing mix (bauran pemasaran) ialah serangkaian mulai variable pemasaran akan mampu dipegang untuk perusahaan dan juga bisa dimanfaatkan supaya tercapai arahan pada pasar sasaran. Sehingga bauran pemasaran mampu memberi arti sebagai perihal selengkap benda pemasaran yang mempunyai sifat

mampu dikuasai bagi perusahaan untuk menjangkau arahan pasar sasaran (Arif, 2021).

Berikut ini mampu menjelaskan secara ringkas serta tujuan dari tiap-tiap bagian dalam marketing mix (bauran pemasaran), diantaranya berikut ini:

a. Produk (product)

Product Secara garis besar dapat dibagi menjadi produk barang dan produk jasa. Produk barang yaitu produk nyata seperti produk kendaraan bermotor, computer alat elektronik atau produk lainnya yang bersifat konkret merupakan contoh dari produk barang. Sementara produk jasa sifatnya abstrak namun manfaatnya mampu dirasakan. Ini hal penting dari pemasaran yaitu produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Contoh dari produk jasa antara lain pelayanan Kesehatan, pangkas rambut dan produk jasa, supaya pemasran bisa menggunakan maka ia memakai strategi pemasaran sebagai produk dan jasa (Kotler, 2012).

b. Harga (price)

Saat ketika jasa dan produk menawarkan, bahwa pemasaran mampu menetapkan nilai produk serta nilai jual pada setiap produk. Factor-factor akan butuh pertimbangan di salah satu cara agar bisamenetapkan harga dengan biaya lainnya seperti keuntungan, harga yang sudah ditetapkan dari pesaing serta untuk merubah keinginan pasar. Kebijaksannaan harga itu berkaitan dengan mark-up (bilamana tinggi presentasi untuk naiknya tingkat atau harga tergolong bermacam-macam bentuk serta besarnya presentasinya, bundlong (pengeluaran produk dengan cara paket seperti halnya yaitu menjual handphone beserta kelengkapannya dengan kartu perdananya), nilai saat keadaan sudah pasti (intertemporal princing), imbalan yang didapatkan marketing, serta tahapan penetapan harga lainnya supaya

keinginan untuk perusahaan terkait beserta kebijaksanaan strategi pemasaran (Arifin, 2000).

c. Promosi (promotions)

Promosi menjjadikan komponen untuk digunakan dalam memberi-tahukan serta berpengaruh pada pasar untuk produk perusahaan, sehingga pasar mampu mengenalkan terhadap produk yang dijual dari perusahaan itu. Mengenai pekerjaan yang tergolong dalam kegiatan promosi yaitu menggunakan publisitas, promosi penjualan, periklanan, serta personal selling. Promosi disini cenderung memakai besarnya kegiatan promosi serta biaya promosi yang akan digunakan. Tujuan yang diharapkan dari promosi ialah konsumen agar bisa mengetahui perihal produk yang sudah disebutkan tersebut serta yang alhirnya bisa memutuskan agar membeli produk itu (Kotler, 2012).

Perusahaan mesti mampu menetapkan aktivitas berpromosi apakah akan benar untuk suatu produk adapun yang dimiliki dari perusahaan. Karena setiap produk mempunyai sasaran pasar yang berbeda, sehingga proses berpromosi patut melakukannya pun harus berbeda juga. Selain ini kegiatan promosi juga menyesuaikan dengan anggaran promosi yang dipunyai dari perusahaan.

d. Tempat (place)

Terdapat beberapa perhatian keputusan dalam menentukan tempat antara lain :

1) System penyimpanan.
2) Pemeliharaan saluran distribusi.
3) System transportasi perusahaan.

Tergolong dalam system bertansportasi meliputi penentuan jadwal pengiriman, rute yang harus di tempuh, pemilihan transportasi serta seterusnya. Terkait sistem penyimpanan, patut memastikan keadaan gudang bagus untuk penyimpanan bahan

baku ataupun tempat untuk menyimpan barang jadi, jenis peralatan yang dipakai untuk mengenai material ataupun peralatan yang lain. Selagi pemilihan penyaluran distribusi berkaitan dengan keputusan terkait penggunanaan penyalur agen. Makelar, pedagang besar, pengecer serta bilamana menyusun kerja sama supaya lebih baik bagi para penyalur.

Bagi perbankan, memilih lokasi begitu penting. Dan bank mesti dapat mengidentifikasi sasaran pasar akan dituju, beserta bahwa seperti menggunakan core business oleh perusahaan. Andaikan perbankan supaya fokusnya tertuju dengan korporat, sehingga mesti membuka kantor perwakilannya dengan lokasi-lokasi sehingga kerap disinggahi oleh perusahaan agar sesuai dengan tujuan dari perusahaan itu. Barangkali sebuah perbankan yang tertuju menurut korporat tetapi membuka dengan memulai kantor perwakilannya kewilayah-wilayah pinggiran, sebab bukan selaras oleh core business pada perbankan itu. Hubungan bank indonesia cenderung memakai office channeling menjadikannya diantara supaya berbentuk awal kembali di bauran ppemasaran, menurut perbankan syariah sampai dengan keadaan ini strategi yang digunkan bisa menangani keterbatasan keadaan serta jaringan yang dipunyai (Kasmir, 2003).

**5. Pemasaran Syariah**

Pemasaran Syariah memberikan denifini yaitu proses cara pendisiplinan dalam berbisnis agar srtategi dapat berjalan berdasarkan prinsip serta nilai syariah. Sehingga pemasaran syariah berjalan sesuai dengan prinsip islami sebagaimana yang sudah diajarkan nabi Muhammad SAW. Menurut hermawan kartajaya, bagian terpenting dalam pemasaran syariah ialah transportasi serta integritas, sehingga marketer tidak dapat berbohong dengan pembeli karna pemberi membutuhkan agar bisa sesuai dengan kebutuhannya, tidak dengan

adanya diskon maupun rayuan atau bujukan supaya mendapatkan hadiah belaka (Arif, 2021).

Pemasaran Syariah dalam perannya memiliki arti usaha yang dijalankan menggunakan prinsip syariah agar bisa bekerja serta yang sikapnya profesional dalam menjalankan bisnis, dengan adanya profesionalitas mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen. Peran syariah di pemasaran mempunyai makna yaitu pentingnya nila-nilai dan pemahaman dalam beretika serta menjaga moralitas dalam pemasaran, harapannya dari perusahaan bukan serta-merta melakukan bisnisnya hanya untuk kepentingan dan keuntungan diri sendiri saja, dia selalu berupaya agar bisa membuat serta menawarkan dan juga bisa merubah sebuah value (nilai-nilai) untuk stakeholdersnya (pemangku kepentingan) supaya perusaha tersebut dapat menjaga keseimbangan laju bisnisnya maka perusahaan tersebut membuat bisnis yang stabil dan berkelanjutan (Arif, 2021).

Kedepannya diprediksi marketing Syariah ini akan terus berkembang dan dipercaya masyarakat, yaitu kejujuran, secara umum pemasaran Syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perunahan value (nilai-nilai) dari inisiator kepada stakeholdrs (pemangku kepentingan) yang mendalam keseluruahn prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prisnip mauamalah dalam islam. Artinya dalam pemasaran Syariah, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, mapun proses perubahan nilai tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat. Ada 4 karakteristik yang terdapat pada Syariah marketing. Yaitu (Muhammad Syakir dan Hermawan Kertajaya)

a. Ketuhanan (Rabbaniyyah)

   Salah satu ciri khas pemasaran adalah sifatnya yang religious. Jiwa seorang Syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang bersifat ketuhanan merupakan hukum yang paling adil, sehingga akan mematuhinya dalam setiap

aktivitas pemasaran yang dilakukan. Dalam setiap Langkah, aktivitas, dan kegiatan yang dilakukan harus selalu menginduk kepada syariat islam. Pemasaran Syariah meyakini bahwa hukum-hukum ke Tuhan-an ini adalah hukum yang paling ideal, paling sempurna, paling tepat untuk segala bentuk kebaikan serta paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan (Karim, 2010).

b. Etis (akhlaqiyyah)

Keistimewaan yang lain dari Syariah marketer adalah mengedepankan masalah akhlak dalam seluruh aspek kegiatannya. Pemasaran Syariah adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli dari agama manapun, karena hal ini bersifat universal. Seorang pemasar Syariah harus menjunjung tinggi etika dalam melakukan aktivitas pemasarannya salah satunya dengan mengedepankan kejujuran dalam menjelaskan tentang kualitas produk yang sedang ditawarkan.

c. Realistis (al-waqi'yyah)

Syariah marketing bukanlah konsep yang eksklusif, fanatic, anti modernitas, dan kaku, melainkan konsep pemasaran yang fleksibel. Syariah marketer bukanlah berarti para pemasar itu harus berpenampilan ala bangsa Arab dan mengharamkan dasi. Namun Syariah marketer haruslah tetap berpenampilan bersih, rapi, dan bersahaja apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakan. Sifat realistis dikarenakan pemasaran Syariah sangat fleksibel dan luwes dalam tafsir hukum dan implementasinya terhadap pemasaran konvensional (Karim, 2010).

d. Humanistis (insaniyyah)

Keistimewaan yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal. Pengertian humanistis adalah bahwa Syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusaiaannya terjaga dan dipelihara, serta sifat-sifat

kehewanannya dapat terkekang dngan panduan Syariah. Syariah islam adalah Syariah humanistis, diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa mempedulikan ras, warna kulit, kebangsaan, dan status. Sehingga Syariah marketing bersifat universal. Marketing Syariah yang humastis diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnnya tanpa menghitungkan agama, suku, ras, warna kulit, kebangsaan, dan status. (Karim, 2010)

**6. Nilai-nilai pemasaran Syariah**

Ada beberapa nilai-nilai dalam pemasaran Syariah yang mengambil konsep dari keteladanan sifat Rasulullah Saw, yaitu sifat shiddiq, amanah, fathanah, tabligh, istiqamah:

a. Shiddiq

Memiliki kujujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran islam. Tidak ada satu ucapan pun yang saling bertentangan dengan perbuatan. Allah SWT senantiasa memerintahkan kepada setiap orang beriman untuk memiliki sifat shiddiq dan menciptakan lingkungan yang shiddiq (Arif, 2021).

b. Fathanah

Pemimpin perusahaan yang bisa mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala hal yang terjadi dalam tugas dan kewajiban. Fathanah berkaitan dengan kecerdasan, baik kecerdasan rasio, rasa, maupun kecerdasan ilahiyah. Dengan demikian bila dibandingkan dengan good governance dengan konsep intelligensinya, maka konsep ini sebetulnya hanya berhubungan dengan kecerdasan intelligensi semata. Padahal, fathanah menekankan kecerdasan lain, seperi kecerdasan emosional dan spiritual. Sifat ini akan menumbuhkan kreativitas dan kemampuan untuk melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat. Kreativitas dan

inovatif hanya dimiliki Ketika seseorang melakukan up-grading keilmuan yang dimiliki baik malalui self learning process maupun melalui Pendidikan formal serta pelatihan (Arif, 2021).

c. Amanah

Memiliki makna tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan, prima dan ihsan (berupaya menghasilkan yang terbaik) dalam segala hal. Sifat Amanah harus dimiliki oleh setiap mukmin apalagi yang memiliki pekerjaan terkait dengan pelayanan kepada masyarakat. Seorang mukmin Ketika mendapatkan Amanah akan berupaya melaksanakan dengan sebaik-baknya. Sifat ini bisa dipararelkan dengan konsep accountability dalam good governance. Namun, bila kita meneliti secara jeli, maka accountability ini merujuk kepada hal yang formal administrative (Arif, 2021).

d. Tabligh

Mengajak sekaligus memberi contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran islam dalam setiap gerak aktivitas ekonomi yang dilakukan sehari-hari. Tabligh yang disampaikan dengan hikmah, sabar, argumentative dan persuasive akan menumbuhkan hubungan kemansusiaan yang semakin solid dan kuat.

Seorang pemasar Syariah harus mempromosikan dirinya tidak hanya sebagai representasi dari perusahaan namun turut pula sebagai juru dakwah dalam pengembangan ekonomi Syariah, dan itulah yang menajadi tugas bagi seorang pemasar Syariah untuk menjelaskan sekaligus menjual produk Syariah yang akan ditawarkan kepada konsumen.

e. Istiqamah

Seorang pemasar yang konsisten. Hal ini memberikan makna seorang pemasar Syariah dalam praktik pemasaranya

selalu istiqamah dalam penerapan aturan syaraiah. Pemasar Syariah harus dapat dipegang janjinya, tidak diperkenalkan seorang pemasar Syariah beubah-ubah dalam memberikan janji. Sebab dalam suatu perusahaan Syariah konsistensi dari seorang pemasarnya menjadi cermin dari perusahaan tersebut secara keseluruhan. Kelima nilai ini akan mampu melahirkan suatu turunan budaya kerja yang berbeda pada institusi keuangan Syariah (Arif, 2021).

**7. Perbandingan marketing Syariah dan marketing konvensional**

Seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa ada empat karakteristik yang terdapat dalam pemasaran Syariah yaitu ketuhanan (rabbaniyah), etis (akhlaaqiyah), realisitis (al-waqi'yahh), dan humanistis (insaniyyah). Lalu apa yang yang membedakan antara pemasaran Syariah dnegan pemasaran konvensional? Setidaknya ada beberapa hal yang menjadi pembeda antara pemasaran Syariah dan pemasaran konvensional.

a. Konsep dan filosofi dasar

Perbedaan mendasar antara pemasaran Syariah dan pemasaran konvensional adalah dari filosofi dasar yang melandasinya. Pemasaran konvensional merupakan pemasaran yang bebas nilai dan tidak mendasarkan ketuhanan dalam setiap aktivitas pemasarannya. Sehingga dalam pemasaran konvensional dapat seorang pemasar memberikan jani-janji kosong hanya sebagai pemikat konsumen untuk membeli produk. Pemasar hanya mementingkan pencapaian target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan (Anthony, 2005).

Dalam pemasaran Syariah, seorang pemasar harus merasakan bahwasannya dalam setiap aktivitas pemasaran ia selalu diawasi oleh Allah SWT, sehinnga ia pun akan sangat berhati-hati dalam memasarkan produk yang dijualnya. Seorang

pemasar syariah idak akan memberikan janji yang kosong belaka yang bertujuan hanya untuk mencari nasabah. Seorang pemasar Syariah tidak akan mau memberikan sesuatu yang menyesatkan bagi nasabhnya sebab ia selalu merasa bahwa Allah SWT selalu mengawasinya dan akan meminta dipertangung jawabkan dihari kiamat (Kotler, 2012).

b. Etika pemasaran

Seorang pemasar Syariah sangat memegang teguh etika dalam melakukana pemasaran kepada calon konsumennya. Ia akan sangat menghindari memberikan janji bohong, ataupun terlalu melebih-lebihkan produk yang ditawarkan. Seorang pemasar Syariah akan sangat jujur menceritakan kelebihan serta kekurangan produk yang ditawarkannya. Hal ini merupakan praktik perniagaan oleh yang telah dicontohkan oleh Rasulullah Saw, beliau dalam melakukan praktik perniagaan selalu berkata jujur mengenai kualitas produk, harga dan apa saja yang akan didapat oleh konsumen (Sahla, 2019).

Apabila dibandingkan dengan pemasaran konvensional yang cenderung bebas nilai sehingga seorang pemasar bebas menggunakan segala macam cara demi untuk mendapatkan konsumen bahkan dengan cara-cara yang tidak dibenarkan oleh syariat. Dalam pemasaran konvensional, seoang pemasar dapat saja melakukan kebohongan dengan terlalu melebih-lebihkan produk yang ditawarkan, hal ini dapat menimbulkan kekecewaan dari konsumen setelah ia mengkonsumsinya karena kualitas produk yang jauh dari yang diarapkan.

c. Pendekatan terhadap konsumen

Konsumen dalam pemasaran Syariah diletakkan sebagai mitra sejajar, dimana baik perusahaan sebagai penjual produk maupun konsumen sebagai pembeli produk berada pada posisi yang sama. Perusahaan tidak menganggap kosumen sebagai “sapi

perah" untuk membeli produknya, namun perudahaan akan menjadikan kosnumen sebgai mitra dalam pengembangan perusahaan. Suatu konsep pemasaran Syariah dengan menjadikan konsumen sebagai mitra maka ia tidak akan melakukan praktik-praktik yang dapat merugikan konsumen. Seorang pemasar Syariah akan selalu berupaya menciptakan nilai produk yang positif bagi konsumennya termasuk dengan meminta umpan balik dari konsumen. Nilai kekeluargaan sangat terasa pada pemasaran Syariah karena konsep mitra sejajar ini menyebabkan seorang pemasar Syariah sudah menganggap kosnumen sebagai saudaranya sendiri yang akan dibantu dan tidak akan dirugikan (Sari N. , 2012).

Dalam pemasaran konvensional, konsumen diletakkan sebagai obyek untuk mencapai target penjualan semata. Konsumen dapat dirugikan karena antara janji dan realitas seringkali berbeda. Perusahaan setelah mendapatkan target penjualan, akan produk tanpa memikirkan kekecewaan atas janji produk. Nilai kekeluargaan sangat tidak terasa karena perusahaan hanya menganggap konsumen sebagai obyek dalan mencapai target penjualan yang tekah ditetapkan. Dalam pemasaran konvensional konsumen hanya dianggap sebagai "sapi perah" untuk mencapai target penjualan seorang pemasar demi meraih komisi penjualan yang setinggi-tingginya.

d. Cara pandang terhadap pesaing

Dalam industri perbankan Syariah tidak mengangap pesaing sebagai pihak yang harus dikalahkan atau bahkan dimatikan. Konsep persaingan dalam pemasaran Syariah agar setiap perusahaan mampu memacu dirinya untuk menjadi lebih baik tanpa harus menjatuhkan pesaingnya. Pesaing merupakan mitra kita dalam turut menyukseskan aplikasi ekonomi Syariah dilapangan, dan bukan sebagai lawan yang harus dimatikan.

Hal ini bebrbeda dengan konsep pada perusahaan konvensional yang menganggap pesaing sebagai pihak lawan yang harus dikalahkan bahkan jika dimatikan agar eksistensi perusahaan dapat semakin maju. Konsep ini mengakibatkan setelah pesaing dikalahkan, akhirnya daya inovasi perusahaan menurun karena tidak ada motivasi dari pesaing.

e. Budaya kerja dalam institusi Bank Syariah

Perbankan Syariah harus mempunyai budaya kerja yang berbeda dai perbankan konvensional, sehingga mampu menjadi suatu keunggulan yang dapat sebagai nilai tambah di pandangan masyarakat. Budaya kerja yang harus ditanamkan pada setiap sumber daya insani yang bekerja diperbankan Syariah haruslah budaya kerja yang meneladani sifat Rasulullah SAW, yaitu sifat kejujuran (shiddiq), cerdas atau kompeten (fathanah), bertanggung jawab (Amanah), dan mampu menyebarluaskan) (Arif, 2021).

# BAB III
# METODE PENELITIAN

## A. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan dalam melakukan sebuah penelitian. Desain penelitian memberikan serangkaian prosedur dalam rangka untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menstruktur dan menjawab permasalahan penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif berbentuk deskriptif yaitu peneliti berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan tentang strategi pemasaran produk pembiayaan dan operasionalnya pada Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri Yogyakarta.

## B. Lokasi Penelitian

Di dalam penyusunan skripsi ini, yang akan menjadi obyek studi penelitian adalah Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri Krapyak yang beralamatkan Jl. KH Ali Maksum Tromol Pos 5 RT.05 krapyak, Krapyak Kulon, Panggungharjo, Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

## C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilaksananakan pada hari yang telah ditentukan Adapun waktu pelaksanaan penelitian tersebut dapat disesuaikan dengan kebijakan dari pihak Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri.

## D. Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah yang menjadi pokok dari suatu penelitian dan kunci utama yang berfungsi sebagai topik yang ingin diketahui dan diteliti oleh peneliti. Obyek penelitian ini adalah Stategi pemasaran produk

pembiayaan dan operasionalnya pada Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri Yogyakarta.

## E. Populasi dan Sampel

Penelitian ini tidak menggunakan populasi, tetapi oleh Spradley dinamakan "*social situation*" atau situasi social terdiri atas tiga elemen yaitu; tempat (place), pelaku (actors), dan aktivitas (activity) yang berinteraksi secara sinergis (Sugiyono, 2015). Populasi untuk melakukan penelitian ini yang terdiri dari karyawan dan staf yang bekerja di Bank Wakaf Mandiri Almuna Berkah Mandiri serta dari Nasabah yang ikut pembiayaan Di Bank Wakaf Mandri Almuna berkah Mandiri.

Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber, atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian. Maka dari itu diperlukan beberapa narasumber yang terdiri dari 10 orang antara lain: Pengurus,Manager, SPV serta tujuh orang dari nasabah yang ikut pembiayaan di Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri.

## F. Sumber Data

Data adalah segala keterangan (informasi) mengenai segala hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Dengan demikian tidak semua informasi atau keterangan merupakan data. (Idrus,2007).

Data dalam penelitian kualitatif ini penulis mengambil yang terdiri dari dua jenis data yaitu data yang diartikan sebagai fakta atau informasi yang diperoleh dari actor, yang kedua yaitu dengan cara memperoleh informasi dari materi-materi yang diteliti, bisa dilihat dari pelaku aktivitas yang sedang diteliti atau actor yang memiliki peran dalam penelitian: sepeti kegiatan yang pernah dilakukan, tempat atau lokasi yang dilakukan untuk beraktifitas dalam periode tertentu.

Penelitian kualitataif memperoleh data dari apa yang dipikirkan, didengar, diamati, dirasa oleh peneliti. Informasi-informasi itu tetntu saja harus berkaitan dengan focus penelitian. Data tersebut biasanaya berupa

hasil dari rekaman wawancara yang kemudian ditulis oleh peneliti yang bebrbentuk dokumen. Untuk memeperoleh data peneliti melakukan observasi dilokasi penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2015).

Berbagai sumber data tersebut dapat dibedakan menjadi dua macam, yakni sumber data primer dan sekunder.

1. Sumber data primer untuk mendapatkan sumber data primer ini peneliti mendapatkan informasi dengan cara melakukan wawancara dengan pihak BWM Almuna Berkah Mandiri serta melakukan wawancara kepada beberapa nasabah secara acak yang ikut pembiayaan di BWM.
2. Sumber data sekunder merupakan data tambahan yang didapat dari berbagai literatur yang ada, yang berupa buku, website, jurnal, dokumen, dll. Yang sesuai dengan maslaah yang diangkat dari penulis.

## G. Teknik Pengumpulan Data

Untuk menentukan data yang digunakan dalam penelitian, maka diperlukan Teknik pengumpulan data agar fakta dan bukti yang diperoleh berfungsi sebagai data penelitian kualitatif ini menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut (Sugiyono, 2015):

1. Wawancara

   Wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam maka dari itu untuk mendapatkan informasi peneliti melakukan wawancara dengan pihak BWM serta beberapa nasabah yang ikut pembiayaan di BWM almuna berkah mandiri dari berbagai narasumber.

2. Dokumentasi

Dokumtasi adalah sebuah catatan peristiwa yang berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Untuk mendapatkan beberapa dokumen maka peneliti melakuk dengan cara mengumpulkan informasi dari profil, struktur organisasi, sejarah berdiri dan perkembangannya, sumber daya, nilai-nilai budaya kerja, akad yang digunakan dari Bank Wakaf Mikro serta beberapa buku yang berhubungan dengan strategi pemasaran produk pembiayaan dan operasionalnya pada Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandri Yogyakarta.

## H. Jenis penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini menggunakan penelitian lapangan *(field research),* yang berhubungan langsung oleh obyek yang diteliti. Pendekatan atau metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang mengamati seluruh situasi secara luas, digunakan untuk mengamati tindakan manusia dalam kehidupannya. Deskriptif kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Karena penelitian ini menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek dan obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana mestinya. Pada penelitian ini data yang diperoleh tidak diolah menggunakan metode statistik melainkan diolah menggunkan metode induktif. Dalam penelitian ini penyusun meneliti tentang Stategi pemasaran produk pembiayaan dan operasionalnya pada Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri Yogyakarta (Sugiyono, 2015).

## I. Instrument Penelitian

Dalam peneltian kualitatif Instrument utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah focus penelitian menjadi jelas, maka untuk melakukan instrumen penelitian, peneliti mengumpulkan data yang

bisa dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Instrumen untuk melakukan penelitian ini adalah dengan cara menggunakan pedoman wawancara, alat untuk merekam, alat untuk menfoto gambar, alat untuk dokumentasi. Sehingga untuk melakukan pengumpulan data, peneliti melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang lebih mendalam terkait dengan Stategi pemasaran produk pembiayaan dan operasionalnya pada Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri Yogyakarta (Sugiyono, 2015).

## J. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai seumber, dengan menggunakan Teknik pengumpulan data yang bemacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Dengan pengamatan yang terus menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali. Data yang diperoleh pada umumnya adalah data kualitatif (walaupun tidak menolak data kuantitatif), sehingga Teknik analisis data yang digunakan belum ada polanya yang jelas. Oleh karena itu sering mengalami kesulitan dalam melakukan analisis (Sugiyono, 2015).

Menurut miles and Huberman(1984) bahwa melakukan analisis adalah pekerjaan yang sangat sulit, memerlukan kerja keras. Analisis memerlukan daya kreatif serta kemampuan intelektual yang tinggi. Tidak ada acara tertentu yang dapat dikuti untuk mengadakan analisis, sehingga setiap peneliti harus mencari sendiri metode yang dirasakan cocok. Dengan sifat penelitiannya. Bahan yang sama bisa diklasifikasikan lain oleh peneliti yang berbeda.

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelahnya selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisa terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibe (Sugiyono, 2015).

1. Data Reduction (Reduksi data)

   Reduksi data berfungsi sebagai data yang diperoeh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk mendapatkan reduksi data maka peneliti perlu mencatat secara teliti dan rinci. Seperti merangkum, memfokuskan pada hal-hal yang penting, memilih hal-hal yang pokok. Dengan adanya itu maka akan memudahkan peneliti untuk memberiukan gambara yang lebih jelas.

2. Data Display (Penyajian data)

   Dalam penelitan kualitatif penyajian data bentuk table, grafik, phie chard, pictogram dan sejenisnya, tersusun dalam pola hubungan, dengan menggunakan penyajian data tersebut maka akan semakin mudah difahami.

3. Conclusion Drawing (Verification)

   Verication dan penarikan kesimpulan yang digarapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada, kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Akan tetapi apabila kesimpulan awal bisa mendukung dari keseluruhan bukti-bukti yang yang ada waktu ketika peneliti terjun ke lapangan untuk mengambil data, maka kesimpulan yang ditulis merupakan kesimpulan yang bisa dipercaya.

# BAB IV
# HASIL DAN PEMBAHASAN

## A. Gambaran Umum Perusahaan

### 1. Profil Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri

Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri didirikan yang berlokasi di pondok pesantren krapyak di dalam komplek almunawir. Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri itu merupakan salah satu bentuk (LKMS) Lembaga Keuangan Mikro Syariah yang diawasi langsung oleh OJK berdasarkan pada keputusan dewan komisioner otoritas jasa keuangan nomor: KEP-11/KO.031/2017 dan yang berbadan hukum nomor: 005518/BH/M.KUKM.2/X/201.

bank wakaf mikro almuna berkah mandiri memiliki itu memiliki struktur organisasi yang sebetulnya berbentuk koperasi, dan satunya lagi adalah izin usaha dari OJK jadi Bank Wakaf Mikro itu mempunyai dua izin, karena berbentuk koperasi dan yang paling atas adalah rapat anggota tahunan (RAT), pengurus, pengawas, kemudian dibawahnya ada manager dan kelengkapanya yaitu SPV, marketing dan admin. Adapun struktur organiasasi antara lain:

Dewan pengawas syariah : (Ketua) H. Akhmad Syari'uddin, S.E., M.si.
(Anggota) Hj. Ati Luthfia Baiti, S.Sos.I

Pengawas : (Ketua) H. Fairuz Afiq, S.PD.I.
(Anggota) Musyarofah, S.Pd., M.Pd.

Pengurus : (Ketua) Eni Kartika Sari, M.Si.
(Sekretaris) Latifah, S,sos.I.
(Bendahara) Nur Fatia, SE.I.

(Manager) Abdul Wachid Lutfi
(Teller/ Pembukuan) Dina
(Supervisior) Syarfan

**2. Sejarah Berdiri dan Perkembangan Bank Wkaaf Mikro**

Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri berdiri secara resmi pada tanggal 27 September 2017, kemudian mulai beroperasi atau operasionlanya november 2017, karena pihak Bank wakaf Mirko Almuna Berkah Mandiri harus mencari nasabah dan sebagainya, sebetulnya itu sudah berjalan, tetapi berjalan yang belum secara resmi, karena memang persyaratan harus berjalan terlebih dahulu, dan peresmianya 27 september, sedangkan operasionalnya secara real dengan adanya peminjaman dan sebagainya serta nasabah.

Sejarahnya awal waktu dibentuk itu,karena kebetulan Bank wakaf Mirko Almuna Berkah Mandiri adalah salah satu dari sepuluh *piloting project,* maka program BWM yang ada di Indonesia dan yang dipilih pesantren-pesantren juga dan memiliki santri yang banyak termasuk al-munawir, buntet dan sebagainya ada sepuluh, waktu itu sebelum bulan agustus OJK datang kesini sowan kepada pak kyai najib, setelah itu berdiskusi dan ternyata karena Bank wakaf Mirko Almuna Berkah Mandiri sudah punya komunitas dan punya binaaan yaitu ada pengajian ibu-ibu, pada waktu jum'at wage, dan kebetulan yang disasar adalah ibu-ibu.

Selanjuntnya ada juga yang namanya RIZQUNA atau yang punya usaha-usaha, karena RIZQUNA itu relatif dengan program BWM yang akan di laksanakan oleh OJK tesebut dan akhirnya pengasuh berkomunikasi kemudian pengurus Bank Wakaf Mikro dihubungi, karena waktu itu Ibu Eni Kartika Sari dipanggil dan kebetulan Ibu Eni Kartika Sari yang membina RIZQUNA itu, kemudian pihak Bank wakaf Mirko Almuna Berkah Mandiri yang membina setiap minggu sore dan setelah itu Bank wakaf Mirko Almuna Berkah Mandiri menerima programnya ini.

Dan ini Bank wakaf Mirko Almuna Berkah Mandiri yang menjalankan program dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan) bukan Bank wakaf Mirko

Almuna Berkah Mandiri yang meminta program dari OJK, jadi dari OJK yang menunjuk, akhirnya Bank wakaf Mirko Almuna Berkah Mandiri berjalan waktu itu belum ada SOP (Standar Operasional Prosedur), SOP baru ada pada tahun 2018 dan akhirnya dari SOP itu kita belajar sendiri secara otodidak meskipun sudah ada pelatihan-pelatihan dan itu dilaksanakan program berjalan, jadi program berjalan terlebih dahulu baru kemudian pengurus dilatih dan alhumdulillahnya pengurus belajar dengan cepat dan berjalan seperti itu awal mulanya.

**3. Visi dan Misi**

visi dan misi dari BWM sendiri, inti visinya adalah salah satunya untuk mewujudkan peningkatan masyarakat sekitar pesantren yang produktif, kalau tidak produktif memang tidak boleh masuk menjadi nasabah kita, berikutnya adalah meningkatkan visi religious (keagamaan) dan meningkatkan nasabah sekitar pesantren, jadi meningkatkan ekonomi nasabah sekitar pesantren berdasarkan nilai-nilai kepesantrenan.

**4. Nilai-Nilai Budaya Kerja**

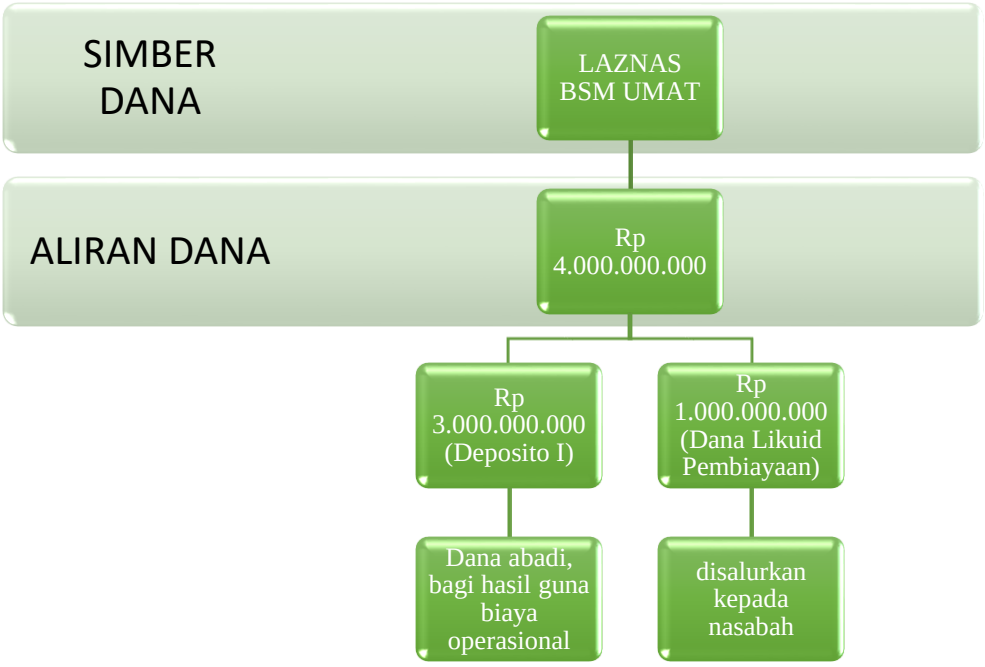
yang utama adalah beradab, tanggung jawab, berempati, amanah, professional, jadi meskipun Bank wakaf Mirko Almuna Berkah Mandiri itu dipesantren saya selalu menyampaikan, Bank wakaf Mirko Almuna Berkah Mandiri itu professional jangan sampai tidak tertib administrasi, meskipun banyak lembaga-lembaga ada yang terkadang, ibaratnya itu mengampangkan masalah administrasi, misalkan *RAT* (Rapat Anggota Tahunan) tidak usah tidak apa-apa, laporan pajak tidak usah tidak apa-apa, kalau kita tidak, laporan pajak itu tertib, *RAT* tertib, semua itu Ibu Eni Kartita Sari usahakan tertib, karena apa, baik atau tidak itu Bank wakaf Mirko Almuna Berkah Mandiri juga nanti yang merasakan dampakanya, Bank wakaf Mirko Almuna Berkah Mandiri sebagai pengelola itu kan keluarga, seperti pegurus, pengawas, pengelola itu satu keluarga, kalau itu nanti *output* (keuaran) kemudian *outcame* (hasil) kita dalam mengelola BWM itu amburadul, tidak bisa terukur dengan baik, apa yang mau dibanggakan, itu semacam mubazir kerja kita selama sekian tahun, seperti tidak ada hasilnya kalau Bank wakaf Mirko

Almuna Berkah Mandiri tidak seperti itu, makanya professional, jadi ada lima nilai atau lima budaya kerja yang ada di BWM.

## B. Pengeloaan Dana di Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri

### 1. Sumber dana

Sumber dana BWM Almuna Berkah Mandiri berasal dari *LAZNAS* (Lembaga Amil Zakat Nasional) *LAZNAS* ini berdiri dan membatu memberikan dana ke BWM secara independent yang artinya dia bukan badan milik pemerintah, jadi milik yayasan, ada yayasan sendiri yang menaunginya, yayasan tersebut bernama *LAZNAS BSM UMMAT*, BSM itu yang berarti bukan Bank Syariah Mandiri melainkan Bina Sejahtera Mandiri UMMAT, itu yang memberikan sumber dana kepada BWM, baik untuk yang pendirian BWM ataupun untuk pembiayaan.




**Gambar 4. Sumber Dana**

Sumber: Data Hasil Wawancara,2022

### 2. Akad Yang Digunakan

Akad yang digunakan oleh BWM ada dua macam, yang pertama yaitu akad *qarddhul hassan* (pinjaman baik hati atau pinjaman yang wajib dikembalikan dengan jumlah yang sama pada waktu yang disepakati) dan

yang kedua akad *murabahah* (perjanjian jual beli antara bank dengan nasabah).

**3. Skema Pembiayaan**

skema pembiayaan jadi, harus diketahui terlebih dahulu antara *qard* dengan *murabahah,* bagi nasabah yang baru, artinya nasabah yang baru menjadi anggota, semuanya wajib menggunakan akad *qard,* sedangkan yang menggunakan akad *murabahah,* itu ketika mereka sudah mencapai pembiayaan dua juta keatas, dua juta sampai tiga juta itu pakai akad murabahah.

Jadi dulu awal-awal sesuai dengan sistemnya, itu semua nasabah awal ketika menjadi nasbah semua akadnya adalah *qard,* baru ketika nanti mereka naik plavon pembiayaannya sampai dua juta itu akadnya berubah menjadi *murabahah,* kalau diatas dua juta bisa saja tetap menggunakan akad *qard* tidak diganti menjadi akad *murabahah,* tetapi karena itu sudah kebijakan dari lembaga sendiri, untuk kehati-hatian maka, kita tawari kepada nasabah kalau itu mengambil dua juta keatas nanti menggunakan akad *murabahah.*

Jadi semisal bersedia ya silahkan, bisa naik plavon menjadi dua juta kalau tidak bersedia atau masih tetap diangka satu juta atau satu juta lima ratus, itu kita tawarkan, jadi nanti skemanya sendiri-sendiri antara *qard* dengan *murabahah* itu berbeda, sedangkan qard itu seperti pembiayaan social atau pembiayaan non bagi hasil.

Ketika nasabah mendapat satu juta maka mereka wajib mengembalikannya juga satu juta tidak ada bagi hasil, jadi semisal mereka meminjam satu juta sampai satu juta lima ratus, mereka juga mengembalikan satu juta sampai satu juta lima ratus itu tanpa ada bagi hasil,

terus kita mendapatkan keuntungan dari mana ? keuntungan dari pembiayaan tersebut kalau tidak ada bagi hasilnya otomatis lembaga tidak mendapat keuntungan, maka ada akad lain tetapi bukan akad pembiayaan melainkan akad pendampingan itu bisa dinamakan dengan akad *ujrah* (imbalan yang dberikan atau yang diminta atas suatu pekerjaan yang

dilakukan) atau ijarah atau jua'lah jadi semacam biaya administrasi atau biaya sewa.

itu beda akad, jadi akad pembiayaan adalah *qard* sendiri, karena kita setiap satu minggu sekali selalu mendampingi para nasabah pendampingan tersebut kita akadkan *ujrah* atau *jua'lah* jadi semacam biaya sewa atau biaya adminitrasi, sehinnga mereka membayar kepada kita dengan nilai yang sudah disepakati dari awal.

nilainya dari pihak Bank wakaf Mirko Almuna Berkah Mandiri mengambil keuntungan atau *margin,* tetapi tidak boleh lebih dari 3% itu dalam satu kali pembiayaan, jadi maksimal hanya 3%, semisal dalam pembiayaan pertama meminjam sebesar satu juta maka kita mengambil keuntungan 3% yaitu sebesar tiga puluh ribu keuntungan yang kita dapat.

Itu tidak diambil dari akad *qard* tadi, melainkan pihak Bank wakaf Mirko Almuna Berkah Mandiri mengambil dari biaya adminsitrasi, jadi berbeda,itu akad yang pertama menggunakan akad *qard* nanti kalau sudah naik plavon menjadi akad *murabahah* (jual beli), jadi semisal nasabah membutuhkan barang, maka pihak bank membelikan barang yang diinginkan setelah itu kita jual kepada mereka seharga kita.

Contoh kita membeli barang seharga dua juta kita mengambil margin sebesar 3% dari dua juta itu sebesar enam puluh ribu rupiah, sehingga kita jual kepada mereka senilai dua juta enam puluh ribu rupiah, maka mereka nanti mengembalikanya senilai dua juta enam puluh ribu, dari akad dan perjanjiannya yang sudah ditentukan.

Berbeda dengan akad *qard* tadi, jadi apabila mereka butuh apa maka pihak Bank wakaf Mirko Almuna Berkah Mandiri mebelikannya, setelah itu pihak Bank wakaf Mirko Almuna Berkah Mandiri menjualnya kepada mereka senilai harga barang yang dibeli dan ditambah dengan margin, karena keterbatasan lembaga, dan saking banyaknya nasabah jadi tidak bisa

memungkinkan pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri memeberikan satu persatu.

Jadi ada namanya akad *wakalah* (yang diwakilkan) sebelum akad murabah ini ditanda tangani, akad wakalah itu, pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri dan lembaga mewakilkan nasabah untuk membeli barang tersebut.

Jadi semisal minggu ini akad kami wakalahkan uang ini mohon untuk dibelikan barang yang diingkan oleh nasabah, kemudian pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri kasihkan uang sebesar dua juta setelah itu dibelikan barang yang mereka minta, kemudian itu minggu depannya baru diakadkan *murabah.*

Pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri akadkan senilai dua juta enam puluh ribu, sehingga nasabah yang meminjam wajib mengembalikanya senilai dua juta enam puluh ribu juga, sebenarnya ada lagi akad yang lain seperti *mudharabah, salam* dan sebagainya tetapi pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri belum berani untuk memakai akad-akad tersebut.

karena berbeda skemanya, sehingga akan sulit, yang menurut pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri mudah dan ringan adalah akad *qard* dan *murabahah* dan itupun yang menggunakan bisa menggunakan akad *murabah* apabila ada nasabah yang sudah naik ke plavon senilai dua juta keatas.

**4. Skema pembagian bagi hasil**

Skema pembagiannya ada dua jenis akad *qard* dan akad *murabahah,* kalau menggunakan akad qard itu bukan bagi hasil, karena *qard* tidak ada bagi hasil tetapi adanya biaya kosnultasi atau biaya sewa, itu diluar akad *qard* sedangkan akad *murabahah* yaitu lembaga menjual barang senilai uang yang

dicairkan kemudian ditambah dengan margin, jadi pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri menjual barang itu senilai dan sekalian sama margin itu tadi, karena ini yang punya bisnis atau usaha itu adalah nasabah.

Sehingga pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri menggunakan akad *qard* untuk nasabah yang baru atau pertama kali melakukan pembiayaan yang pertama, dan apabila nasabah ingin menggunakan akad *murababah* untuk melakukan pembiayaan selanjutnya maka nasabah harus meminjam pembiayaan senilai dua juta atau lebih.

Pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri buakn menjual barang melainkan menjual nilai, karena barangnya tidak ada sehingga pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri menjual nilai dari peminjaman itu, dan nasabah juga harus mengembalikannya senilai peminjaman yang mereka pinjam tadi dan ditambah dengan margin.

**5. Karatersitik Khusus Dalam Penyaluran Dana Dari BWM**

Karakteristik yang dilakukan di BWM itu pada waktu di awal, ada tahap-tahap ketika nasabah, mau mendapat pembiayaan. Ketika nasabah mendapatkan pembiayaan itu tidak lantas langsung cair, tetapi ada tahap-tahap yang harus mereka lalui, salah satunya yaitu PWK ( Pelatihan Wajib Kelompok) yang dilakukan selama lima hari.

PWK itu wajib bagi semua anggota, karena sebelum mereka mendapatkan pembiayaan, ada semacam sekolah yang bernama PWK yang dilakukan selama lima hari, tetapi bukan berarti lima hari penuh untuk melakukan PWK itu, melainkan dalam satu hari kegiatannya dilakukan kurang lebih satu jam, dan itu dilakukan selama lima hari, apabila nanti sudah selesai dan dinyatakan lulus, maka tahap berikutnya adalah pencairan.

Dan didalam pencairan tersebut tidak langsung semua dicairkan ada skema dan pola yang namanya 2-2-1, jadi semisal, didalam kelompok itu terdiri dari 20 orang, dari 20 orang tersebut kemudian dibagi lagi menjadi kelompok-kelompok kecil yang terdiri dalam 1 kelompok berisi 5 orang.

apabila dalam kelompok besar yang pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri menyebutnya rumpun, itu detentukan ketika PWK tadi, seperti menentukan nama kelompoknya, kemudian dibagi yang kelompok A B C D dan itu anggotanya siapa saja, yang terdiri dari 5 orang, sehingga ada 4 kelompok didalam satu rumpun tadi.

Dan ketika datang waktunya pencairan itu yang mendapatkan pencairan pertama ada 2 orang dari masing-masing kelompok yang sudah dibuat tadi, bukan langsung 20 orang yang terdapat dalam satu kelompok yang mendapatkan pinjaman, karean itu pola yang dibuat didalam pencairan dana.

Itu perbedaannya, sehingga dinamakan pola 2-2-1, untuk yang mendapatkan pencairan minggu pertama 2 orang dari kelompok A B C D dan yang mendapatakan minggu kedua 2 orang lagi dan yang terakhir di minggu ketiga yaitu hanya 1 orang, karena itu sudah ketentuan dari program, bukan kita yang membuat dengan alasan agar lebih mudah.

Karena pertama dipilih mana dalam satu kelompok tersebut yang memang benar-benar membutuhkan, karena semua anggota membutuhkan, sehingga dipilih lagi yang paling membutuhkan, dan biasanya tim yang mendapingi itu bermusyawarah untuk meenentukan siapa yang lebih dulu, sehingga harus iklas, dan yang kedua menunggu satu minggu lagi dan yang ketiga menunggu dua minggu.

Untuk yang minggu kemarin sudah pecairan maka minggu berikutnya para nasabah sudah mulai mengangsur, jadi nanti angsurannya tidak sama untuk pencairan pertama, kedua, dan ketiga dikarenakan jadi mendapat pencairan pertama selesainya lebih dulu, dan semisal mau selesai pencairan bebarengan juga bisa, terdapat beberapa opsi antara lain: apablia ingin selesai berbarengan di pencairan pertama maka yang mendapatkan pencairan kedua dan ketiga harus mentup kekurangan angsuranya di pencairan pertama tersebut, begitu pula sebaliknya, pencairan ini bersifat fleksibel untuk pelunasanya.

Apabila nanti untuk pembiayaan berikutnya agar bisa bebarengan semua, maka ini hanya dilakukan ketika pembiyaan pertama saja, sehingga skemanya pembiayaanya seperti itu.

**6. Pembiayaan yang dilakukan selama peminjaman dalam satu tahun**

Pembiyaan yang dilakukan selama peminjaman itu untuk yang pertama lima puluh kali putaran atau dalam satu tahun, karena dalam setiap tahun itu ada yang lima puluh minggu dan ada juga yang lima puluh dua minggu, sehingga pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri membulatkan menjadi lima puluh.

Sehingga untuk pembiyaan pertama jangka waktunya adalah lima puluh kali atau lima puluh minggu karena melakukan angsurannya itu dilakukan setiap per minggu, dan apabila nanti dalam pembiyaan berikutnya pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri dipercepat yang semula lima puluh minggu menjadi empat puluh kali atau empat puluh minggu atau kurang lebih sekitar sepuluh bulan udah selesai.

Dan apabila ada salah seorang yang mau menutup terlebih dahulu itu boleh, tetapi apabila ingin pengajuan maka menunggu temannya selesai juga, karena tidak bisa melakukan pengajuan terlebih dahulu karena ini sistemnya kelompok bukan perorangan sehingga harus menuggu kelompok yang lain selesai juga.

**7. Kemudahan layanan yang diberikan kepada nasabah**

kemudahan layanan yang diberikan dari BWM kepada nasabah yaitu:

**a.** dengan adanya halmi jadi, para nasabah mulai dari awal hingga akhir itu proses pembiayaan tidak harus kekantor.

**b.** Apabila ada nasabah yanhg baru maka calon nasabah tersebut hanya mengumpulkan berkas persyaratan seperti foto copy KTP, foto copy KK, pas foto dan itu dikumpulkan menjadi satu, didalam satu kelompok tersebut, apabila persyaratanya sudah terpenuhi maka pihak Bank wakaf

Mikro Almuna Berkah Mandiri yang akan datang kesana untuk melakukan survei, selanjutnya:

**1)** pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri survei terlebih dahulu apabila datanya sudah lengkap

**2)** melakukan PWK (pelatihan Wajib Kelompok)

**3)** baru bisa pencairan

**4)** melakukan proses angsuran mingguan itu sampai selesai dan itu pun nasabah Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri tidak perlu ke kantor cukup disalah satu rumah anggota dan kemudian petugas yang akan datang kesana.

**c.** bersilaturahmi yang dilakukan tiap minngu, itu dalam halmi, jadi selain para nasabah mendapatkan pembiayaan, para nasabah juga mendapatkan pendampingan usaha atau pendampingan kelompok. Seperti materi-materi, dan sebenarnya materi itu tidak harus tentang keagamaan, bisa macam-macam bisa kesehatan.

karena nasabah pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri mayoritas ibu-ibu itu jadi sudah senang kalau memberi materi tentang keagamaan, melakukan bacaan tahlill dan juga pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri ikut mendampingi untuk pemasaran produk usaha para nasabah yang jalani, sedangkan kalau yang dekat-dekat dari sini pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri juga membantu menjualkan di koperasi pondok, dan pernah juga waktu ada even yang seperti pasar malam pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri daftarkan para nasabah untuk mendirikan stand jualan di waktu sebelum pandemi.

karena sekarang sedang masa pandemi pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri hanya bisa membantu memasarkan lewat social media, jadi para nasabah dimudahkan untuk menerima pembiyaan ini dan pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri menganut sistem kekeluargaan juga, yang pasti karena setiap minggu pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri bertemu dengan nasabah tidak menutup

kemungkinan hubungan antara SPV dengan nasabah juga lebih dekat bukan hanya sekedar antara peminjam dengan yang meninjam melainkan lebih dari itu hubungan mereka.

## C. Sistem Halaqah

### 1. System Halaqah di BWM

System halaqah itu dari pusat atau dari SOP (Standar Operasional Prosedur) sehingga perlu diketahui bahwa ada beberapa pihak pemegang program antara lain OJK (Otoritas Jasa Keuangan) sebagai lembaga pengawasan, LAZNAS (Lembaga Amil Zakat Nasional) yang memeberikan modal usaha kepada Bank Wakaf Mikro, PINBUK( Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil), itu yang bikin skema.

System SOP dibuat oleh PINBUK, sehingga sistemnya seperti harus berkelompok, harus ada HALMI (Halaqah Mingguan), makanya pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri terlebih dulu dilatih selama lima belas hari di Bogor yang dilakukan ketika awal berdirinya BWM.

Dan yang memberikan pelatihan adalah PINBUK, sehingga semuanya itu sudah ter integrasi antara OJK, LAZNAS dan PINBUK. Untuk itu yang membuat system keuangannya, system pelaporanya itu juga dari PINBUK, karena pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri hanya menjalankan, tetapi sebelum menjalankan pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri dilatih terlebih dahulu.

### 2. Pengelompokan Dan Pejadwalan Halaqah di BWM

Pengelompokan serta pembetukan itu dibentuk ketika pelatihan PWK yang dilaksasanakan tadi, bukan sembarang ketika membentuk kelompok, sedangkan kalau menentukan waktu yang akan digunakan untuk melakukan HALMI itu fleksibel, nanti persetujuan antara SPV dengan anggota kelompoknya mengatur jadwal.

Semisal ibu-ibunya minta jam berapa nanti disepakati bersama, karena nanti yang akan menjalankan itu ibu-ibu, semua mohon disepakati

hari dan jam yang akan digunakan untuk halmi, yang jelas jangan diwaktu dan jam libur, atau sabtu dan minggu, karena kita sabtu dan minggu libur.

Maka yang digunakan adalah hari senin sampai hari jum'at dan itu terserah mau hari apa dan jam berapa nanti pihak Bank wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri yang menyesuaikan, dan apabila ketika sudah ditentukan hari dan waktunya ternyata bertabrakan dengan jadwal yang sudah ada itu juga harus disampaikan, dan meminta maaf karena sudah ada jadwal di jam dan hari itu, serta meminta semisal diundur satu jam bagaimana, apabila bisa maka tidak apa-apa seperti itu dan apabila tidak bisa maka dilakukan dihari berikutnya.

Selama ini seperti itu karena satu SPV memegang beberapa halmi, kecuali yang dibatik atau yang dilakukan di hari jum'at, pihak Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri bareng-bareng karena dilakukuan satu hari penuh disana, dan mengaturnya itu ketika PWK tadi, jadi sebelum pencairan sudah diatur, karena waktu pencairan itu sekalian menentukan hari halaqah, dan itu nanti yang akan dilakukan dalam satu minggu sekali.

Apabila nanti semisal di pertengahan jalan para nasabah waktu itu sedang ada acara maka bisa digeser jam atau harinya, karena yang terpenting satu minggu sekali itu harus ada pertemuan dan angsuran itu yang sudah dari sistemnya.

Serta ada juga yang namanya system tanggung renteng, apabila ketika ada salah satu anggota yang waktunya mengangsur tidak bisa mengangsur maka pihak Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri mengutip satu kelompok, semisal ditengah jalan ada musibah, salah satu ada yang meninggal itu ada yang namanya dana social yang menanggung, karena dalam satu pembiaayan itu terdiri dari pembiyaan pokok, angsuran pokok, margin, dan dana social atau infaq setiap minggunya.

Dana yang sudah terkumpul tadi salah satunya digunaan untuk apabila ada satu nasabah sedang sakit, ketika ada ada nasabah yang meninggal, atau keluarganya ada musibah pihak Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri serta para nasabah yang bantu, memang dari awal membikin ada biaya atau dana sosianya, jadi semisal ada nasabah dalam musibah itu bisa diback up oleh dana social itu, bisa juga ditanggung oleh keuarganya apabila keluarganya mampu melunasi pinjamannya dan itu dillakukan secara kondisional.

Karena sekarang karena sudah ada ASYKI (Asuransi Syariah Keluarga Indonesia) maka ketika sudah pencairan pihak Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri mendaftarkannya di ASYKI. Selanjutnya dari ASYKI memberikan asuransi apabila sewaktu-waktu ada nasabah yang meninggal bisa mendapatkan bantuan dari ASYKI tersebut, sehingga agak meringankan pihak Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri, kerja sama yang dilakukan dengan pihak ASYKI juga terjadi baru-baru ini, yang dilakukan diwaktu pasca pandemi.

**3. sistematika menjalankan halaqah di lapangan**

pertama datang ibu-ibu kumpul, pembukaan, pembacaan ikrar, pembacaan asmaul husna, dikasih materi sama SPV, kemudian sesi tanya jawab, setelah itu penutup, dan sebenarnya inti dari halmi itu adalah waktunya mengangsur, tetapi pihak Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri memberikan konsep dengan rangkaian acara.

Sehingga ketika para nasabah datang bukan hanya mengangsur saja terus pulang bukan begitu, tetapi ada acaranya sehingga ada nilai yang didapat dan para nasabah peroleh, dulu kalau dari system dan program hanya pembukaan, membaca ikrar, membayar angsuran, dan sharing-sharing setelah itu membaca doa dan selesai.

sehingga setiap BWM itu cara untuk mendampingi atau mengisi acaranya berbeda, kalau dari Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri itu ciri khasnya adalah membaca asmaul husna, pihak Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri memilih membaca asmaul husna,

karena menurut pihak Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri yang bisa diterima oleh semua kalangan.

Karena dimasyarakat itu ada macam-macam kalangan seperti NU, MUHAMMADIYAH, dulu awalnya pihak Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri mau bikin semacam shalawat nariyah, tetapi karena kesanya lebih condong ke NU nanti yang orang-orang MUHAMMADIYAH sepertinya bagaimana gitu, kemudian pihak Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri berunding dan akhirnya pihak Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri mengusulkan untuk membaca aslmaul husna saja, serta pihak Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri memberikan materi-materi yang lain selain asmaul husna, dan selanjutnya diisi materi, pemilihan materinya bebas tetapi dengan adanya asmaul husna itu pihak Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri menjadikannya sebagai ruh didalam HALMI tersebut.

Intinya dari halmi itu adalah pertemuan dan pendampingan kepada nasabah yang dilkukan setiap minggunya, model pendampingannya itu terserah, karena setiap BWM punya model pendampingan sendiri-sendiri untuk mengisi HALMI itu.

**4. Jumlah halaqah yang dibina**

total ada 32 halaqah yang dibina dan dari 32 halqah itu rata-rata masih aktif dan sudah terjadwal, dulu awal sampai ada sekitar 46 halaqah, karena beberapa hal dan karena pihak Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri tidak bisa mempertahankan kembali akhirnya pihak Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri bubarkan kelompoknya dan tersisa 32 itu.

Dan untuk melakukan peminjaman itu diutamanakn ibu-ibu, apabila semisal ada bapak-bapak yang ingin ikut juga bisa, dan sebenarnya kalau di SOP adalah ibu-ibu, tetapi kalau semisal bapak-bapaknya bisa bertanggung jawab dan amanah pihak Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri setujui, contohnya seperti yang ada di daerah gabusan.

Dan pesyaratan untuk meminjam pembiayaan di BWM itu yang berusia minimal $18^{th}$ dan maksimal $60^{th}$ rata-rata yang meminjam itu ibu-ibu rumah tangga dan ada juga beberapa yang masih belum berumah tangga, tetapi dengan syarat dia bisa ikut pertemuan yang dilakukan tiap minggunya, dan bisa ikut kelompok yang meminjam itu harus memiliki atau mau mendirikan usaha yang baru.

Karena pihak Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri melakukan survei, bertanya usahanya apa, dan semisal belum ada usaha dan ingin melakukan pembiayaan di Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri maka pihak Bank akan meminjami dengan syarat mau membangun usaha dan berencana buka angkringan.

## D. Pemasaran yang dilakukan

### 1. Strategi yang digunakan di Bank Wakaf Mikro

- **Segmentasi Pasar**

  Untukk melakukan segmentasi pasar BWM melakukan dengan carra mempromosikan produknya di perkumpulan ibu-ibu yang sedang melakukan perkumpulan PKK, jamah, yasin dan sebagainya.

- **Pasar yang disasar (Targeting)**

  pasar yang disasar di BWM ialah ibu-ibu rumahan, karena agar mudah dijagkau oleh BWM, yang kedua ibu-ibu yang mempunyai usaha-usaha kecil dalam menjalankan bisninya seperti pemilik angkringan dan wirausaha, pedagang dan sebagainya serta kelompok ibu-ibu yang membuat batik di wilayah imogiri .

- **Positoining**

  Dikarenakan BWM Almuna Berkah Mandiri berlokasikan di pondok pesantren, maka pihak BWM untuk menentukan posisi dalam memasarkan produk hanya dilingkup pesantren dan lingkup kecamatan saja.

- **Diferensiasi**

  Diferensiasi atau rancangan yang dilakukan oleh BWM adalah dengan cara menawarkan produk yang berbeda apabila sudah mencapai pembiayaan diatas dua juta untuk nasabah yang apabila ingin naik plavon atau tingkat pembiayaannya.

**2. Bauuran Pemasaran**

- **Produk**

  Produk yang dimiliki oleh BWM Almuna Berkah Mandiri terdiri dari dua produk yaitu:

  1. Produk Pembiayaan menggunakan akad Qard yaitu untuk nasabah yang baru melakukan pembiayaan sampai dengan pembiayaan dua juta
  2. Produk pembiayaan menggunakan akad Murabahah yanitu untuk nasbaha yang sudah mencapai pembiayaan dua juta atau lebih.

- **Harga**

  Harga yang ditawar di BWM Almuna Berkah Mandiri antara lain:

  1. Harga satu juta sampai dengan dua juta menggunakan akad Qard, itu apabila peminjaman satu juta maka pemngembaliannya juga satu juta.
  2. Harag dua njuta sampai tiga juta menggunakan akad murabahah, itu apabila peminjaman dua juta dan ditambah dengan margin sebesar 3% dalam satu kali peminjaman maka yang awalnya peminajaman dua juta maka pengembaliannya nanti ditambah dengan margin sebsar 3% sehingga pengembaliannay menjadi dua juta enam puluh ribu rupiah.

- **Promosi**

  Cara BWM Almuna Berkah Mandiri melakukan promosi yaitu dengan cara mengumpulkan ibu-ibu terlebih dahulu, kemudian nanti di perkumpulan ibu-ibu tersebut pihak BWM akan

menjelaskan kedanagannya kesitu untuk menawarkan pemmbiayaan tersebut.

- **Tempat**

  tempat dan lokasi yang dimiliki oleh BWM Almuna Berkah Mandiri cukup strategis dikarenakana berada di wilayah pondok pesantren yang berada di komplek Almunawir , Krapyak, Krapyak Kulon, Panggungharjo, Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

**3. Tahapan-Tahapan untuk Memsasarkan Produk Pembiayaan Di Bank Wakaf Mikro**

tahap-tahap yang digunakan Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri, antara lain:

1) identifikasi
2) kemudian bersosialisasi
3) uji kelayakan
4) pra PWK (Pelatihan Wajib Kelompok)
5) PWK (pelatihan Wajib Kelompok)

setelah lolos dari PWK tersebut nanti bisa menjadi nasabah di BWM, dan apabila tidak lolos maka,

- satu harus mengulang dari awal, karena yang paling penting itu dalam pelaksanaan PWK
- harus datang tepat waktu tidak boleh ada yang terlambat
- tidak boleh ada yang kurang satu pun dalam kelompok tersebut jadi kalau misal tadinya yang mengajukan pra PWK lima belas orang, yang harus hadir itu juga lima belas orang sebelum jam yang tentukan.

karena itu terdiri dari kelompok besar dan kelompok kecil, dan semisal ada salah seorang yang berhalangan hadir didalam kelompok kecil itu, maka kelompok kecil tersebut dibubarkan, bukan satu kelompok besar yang dibubarkan.

Berarti tinggal sepuluh orang dalam kelompok besar itu, semisal dihari ketiga itu tidak datang di PWK maka dalam kelompok kecil tersebut yang dibubarkan, jadi kalau mau mengulang lagi ya mengulang lagi dari awal tetapi kalau tidak mau ya sudah.

**4. Produk BWM**

produk dari BWM terdiri dari *qard* dan *murabahah*, sedangkan produk yang ditawarkan tidak ada yang ditawarkan,tetapi kalau sudah menjadi nasabah akad yang pertama digunakan pasti *qard* tidak boleh yang lain, sedangkan penawaran ini itu tidak ada.

karena kebanyakan di BWM manapun rata-rata sepertinya menggunakan *qard*, biasanya di BWM lain misal peminjaman pertama satu juta menggunakan akad *qard* selanjutnya peminjaman kedua langsung dua juta juga menggunakan akad *qard* dan peminjaman ketiga itu tiga juta juga menggunakan adad *qard* jadi, semisal naik pinjamannya itu terserah BWM yang mau menggunakan akad apa, sedangkan kalau disini peminjaman diatas dua juta menggunakan akad *murabahah.*

**5. Performa BWM**

Performanya yaitu apabila, semisal dalam hal menjadi nasabah itu umumnya kita bertamu ketuk pintu salam, bukan tiba-tiba masuk langsung menyampaikan apa tujunnya, pertama ketuk pintu terlebih dahulu kemudian mengucapkan salam, setelah itu nanti baru menjelaskan maksud dari kedatangannya kemari itu apa, itu dalam hal menjaga performa dalam mencari nasabah.

Sedangkan untuk menjalankan halmi itu mencari inovasi supaya, halminya itu tidak canggung dan tidak membosankan, sehingga artinya dari inovasi itu, semisal di kita itu nasabah-nasabah batik itu setiap jum’at kliwon halminya diganti dengan membaca tahlil seperti itu.

**6. pelaksanaan pembiayaan BWM kepada nasbah**

Pelaksanaanya itu seperti yang sudah dijelaskan diatas, ada tahapan-tahpan kecil yang dipake seperti identifikasi, bersosialisasi, uji kelayakan, pra PWK, PWK (pelatihan Wajib Kelompok).

Kalau identifikasi itu pihak Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri yang datang bukan nasabah yang datang ke BWM, baru kemudian bersosialisasi, sedangkan dalam menjalin nasabah itu, diusahakan yang dekat-dekat maksudnya agar mudah dijangkau, dan kalau bisa beda RT (Rukun Tetangga) atau beda RW (Rukun Warga).

Kalau dalam pembagian kelompok kecil yang terdiri dari lima orang waktu pelaksanaan PWK, sehingga yang menentukan kelompok kecilnya itu waktu PWK, PWK itu dilaksanakan selama lima hari, antara lain:
hari pertama:

a) pembuatan kelompok
b) menetapkan nama rumpun dan nama kelompok
c) pemilihan ketua rumpun dan ketua antar kelompok
d) pengenalan antar anggota kelompok

hari kedua:

a) penjelasan dan pengenalan tentang kelembagaan dari BWM

hari ketiga:

a) pemahaman dan penjelasan tentang ikrar

hari keempat:

a) prosedur pembiayaan
b) tata cara pembayaran angsuran

hari kelima:

a) dilakukan ujian pengesahan kelompok.

**7. Strategi Penjualan BWM**

BWM tidak menggunakan penjualan perorangan, tetapi melakukan idnetifikasi kelompok masyarakat, seperti contoh: di dusun ini ada ibu-ibu PKK, nah disitu identifikasinya yang dilakukan, jadi bukan perorangan, bukan menggunakan sistem door to door, melainkan ibu-ibu yang mengumpulkan masyarakat, biasanya dimasyarakat itu ada semacam kegiatan ibu-ibu PKK, ibu-ibu arisan, ibu-ibu jama'ah yasinan disitu identifikasinya.

Kalau tidak kita berbicara sama kadusnya kalau ada mau yang disampaikan kepada ibu-ibu, sehingga nanti pak kadusnya yang mengumpulkan jama'ah atau ibu-ibu yang sedang melakukan perkumpulan.

**8. Kerja Sama Yang Dilakukan BWM**

Bekerjasama dengan pihak bank lain atau BSI itu tidak, karena itu programnya yang seperti itu untuk pihak BWM dengan pihak BSI, jadi BWM itu diluncurkan dana sebesar empat milyar, satu milyar untuk diputarkan, sedangkan yang tiga milyar yang di lot, nah yang tiga milyar yang di lot ini dikasihkan di BSI, karena itu sistemnya dari atasan yang SPV (Mas Syarfan) yang diketahui.

Sedangkan untuk pihak Kerjasama ada dengan pihak asuransi Namanya ASYKI (Asuransi Jiwa Syariah Keluarga Indonesia) semisal ada nasabah yang ada musibah seperti meninggal dunia, nanti pihak ASYKI yang menanggung angsuranya.

**9. Periklanan BWM**

BWM tidak melakukan periklanan, akan tetapi masyarakat yang mengetahui BWM itu waktu bersosialisasi lewat HALMI, sehingga melakukan periklanannya dan pemasaran produknya waktu HALMI itu juga, kalau tidak nanti ada tetangganya yang sudah ikut kemudian apabila ada saudaranya atau tetangganya yang ingin ikut bisa diajak, jadi cara mengajaknya disitu, kalau secara periklanan semacam poster itu belum ada.

# BAB V
# PENUTUP

## A. KESIMPULAN

Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri merupakan salah satu dari sepuluh bank wakaf seluruh Indonesia dan juga sebagai salah satu *piloting project* serta didirkan di pondok pesantren yang berada dikomplek Al Munawir. Bank Wakaf Mikro (BWM) Almuna Berkah Mandiri merupakan salah satu bentuk Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang berhukum pada OJK. Dalam program pembiayaan Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri mendapatkan sumber dana yang berasal dari LAZNAZ Bina Sejahtera Mandiri Umat.

Proses pembiyaan yang dilakukan oleh BWM Almuna Berkah Mandiri yaitu menggunakan akad Qard untuk pembiayaan yang pertama yang bernominal Rp.1000.000,00 (satu juta rupiah) dan apabila sudah naik plafon pembiayaan menjadi Rp. 2.000.000,00 (dua juta rupiah) atau lebih maka akad yang digunakan akan berubah menjadi murabahah. Penggunaan akad murabahah merupakan langkah yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Adapun kegiatan yang dilakukan selama halaqah yaitu para SPV memberikan materi kepada nasabah seperti materi keagamaan, memanajemen keuangan rumah tangga, cara memasaran produk penjualan, serta juga ditambah materi tentang kesehatan. Hal ini menujukkan bahwa BWM AlMuna Berkah telah menerapkan teknik *diferensiasi* yang cukup bagus. *Diferensiasi* merupakan tindakan merancang seperangkat perbedaan yang bermakna dalam tawaan perusahaan. Tawaan tersebut harus dipersepsikan oleh konsumen sebagai hal yang berbeda, namun harus benar-benar berbeda dalam hal content, context, dan infrastrukturnya.

Bank Wakaf Mandiri juga menawarkan produknya dengan beberapa tahap-tahap yang harus dilakukan seperti: mengidentifikasi, melakukan sosialisasi dan melakukan uji kelayakan. Setelah semua berjalan dengan lancar kemudian pihak BWM akan kesana untuk melakukan kelayakan untuk nasabah. BWM Almuna mandiri juga bekerja sama dengan dengan beberapa pihak seperti koperasi pondok pesantren Almunawir untuk menitipkan produk-produk nasabah agar dapat dipasarkan, dan juga apabila ada semacam even yang diadakan maka pihak BWM Almuna Berkah Mandiri juga akan membantu mendirikan stand untuk berjualan. Hal ini menunjukkan bahwa BWM Almuna Berkah Mandiri telah menerapkan teori Positioning yang sudah tepat. Dimana penempatan pasar untuk produk maupun jasa di perusahaan sangatlah penting. Produk maupun jasa dipromosikan menurut letak supaya keinginan bagi nasabah, agar mampu mempengaruhi kecenderungan nasabah agar memberi produk maupun jasa yang ditawakan.

Bank Wakaf Mikro Almuna juga melakukan pemberdayaan masyarakat yang awalnya hanya disekitar pesantren atau lingkup kecamatan Sewon saja, sekarang telah bertambah luas menjadi lingkup kabupaten Bantul, karena adanya klaster batik yang berada di wilayah jalan imogiri. Hal ini menunjukkan bahwa BWM Almuna Berkah Mandiri telah memeperluas segmentasi pasar yang mulanya hanya beberapa daerah tertentu, menjadi meluas ke daerah sekitarnya. Selain melakukan pemberdayaan masyarakat BWM Almuna Berkah Mandiri juga memperkenalkan BWM Almuna Berkah Mandiri dan ajang promosi produk-produk BWM Almuna Berkah Mandiri kepada masyarakat melalui program pemberdayaan masyarakat.

Dari berbagai keterangan diatas disimpulkan bahwa BWM Almuna Berkah Mandiri telah menerapkan berbagai teori pemasaran dengan baik. Selain daripada itu BWM Almuna Berkah Mandiri juga telah menerapkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai syariah berupa sidiq, amanah, tabligh dan fathanah.

## B. SARAN

Berdasarkan pembahsan dan kesimpulan diatas, dapat menyajikan beberapa saran yang memebrikan kontribusi dalam pelaksanaan yang dilakauakn oleh Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri atnra lain:

1. Apabila sedang melakukan penjuala lewat online sebaiknya pihak BWM bekerja sama dengan perusahaan penyedia jasa penjualan online.
2. Lebih memaksimalkan lagi waktu yang dilakukan ketika menjalankan halmi agar para nasabah bisa mendapatkan ilmu yang lebih banyak
3. Apabila sedang melakukan pemasaran produk, sebaiknya menjelaskan serta memberi brosur atau semacamnya agar apabila ada masayarakat yang ingin mengikuti pembiayaan di BWM Almuna Berkah Mandiri bisa mengatahui telebih dahulu.
4. Membuat website resmi lemabaga, agar masyarakat bisa mengetahui lebih luas ketika mencari tahu tentang BWM Almuna Berkah Mandiri.
5. Bagi nasabah BWM Almuna Berkah Mandiri agar lebih bisa memanfaatkan waktu yang dilakukan ketika halmi untuk bahan evaluasi dan sharing kegiatan usaha yang dimiliki antar nasabah.

# DAFTAR PUSTAKA


Adhariani, C. S. (2009). Konservatisme Perusahaan di Indonesia dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Simposium Nasional Akuntansi XII*, 1-26.

Anthony, R. N. (2005). *Sistem pengendalian manajemen.* Jakarta: Salemba Empat.

Arif, M. N. (2021). *Dasar-dasar pemasaran bank syariah.* Bandung : Alfabeta.

Arifin, Z. (2000). *Memahami Bank Syariah.* Jakarta: Pustaka Alfabet.

Bank Indonesia. (2014). Perbankan Syariah.

Banks, E. (2014). *Liquidity Risk: Managing Funding and Asset Risk.* London: Palgrave MacMillen.

Ericson, B. L. (2007). *Manajemen Aktiva Pasiva Bank Non Devisa.* Jakarta: Grasindo.

Erin Nurhayati, R. D. (2019). "analisis model pembiayaan bank wakaf dalam pemberdayaan usaha mikro syariah El-Manahij, pondok pesantren Manahijussadat Lebak.

Fadhillah, A. U. (2015). Sejarah Lembaga Keuangan Islam . *Cakrowolo Panguripan*.

Hassan, M. K. (2019). Liquidity risk, credit risk and stability in Islamic and conventional banks. *Research in International Business and Finance*.

Hendrawaty, E. (2017). *Excess Cash dalam Perspektif Teori Keagenan.* Bandar Lampung: Aura.

Ikramina, N. (2019 ). KEPUTUSAN NASABAH MENGAMBIL PEMBIAYAAN ( Studi Kasus BNI Syariah , Kota Banda Aceh ) . 227–241.

Karim, A. (2010). *Bank Islam Analisi fiqih dan Keuangan.* Jakarta: Grafindo Persada.

Kasmir. (2003). *Manajemen Perbankan.* Jakarta: Rajawali Pers.

Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah.* . Bandung: ALFABETA.

Muhammad. (2004). *Manajemen Dana Bank Syari'ah.* Yogyakarta: Jalasutra.

Muhannad, I. (2007). *Metode Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitaif).* Yogyakarta: UII Press Yogyakarta.

Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam penelitian Pendidikan Bahasa.* Surakarta.

Nurhayati, E. R. (2019). Analisis Model Pembiayaan Bank Wakaf Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Syariah. *Tazkiyya*, 91–114.

Nurhisam, L. (2017). "Etika Marketing Syariah". *Iqthishodia*.

Priyadi, U. d. (2018). *Teori dan Aplikasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah.* Yogyakarta: UII Press.

Riyanto, B. (2001). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan.* Yogyakarta: BPFE.

Sahla, H. (2019). Konsep Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan*, 57–61.

Sari, N. &. (2012). Produk Jasa Keuangan Perbankan Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Syariah*, 199–212.

Sari, N. (2012). Manajemen Marketing (Pemasaran) Produk Jasa Keuangan Perbankan Dalam Prespektif Islam.

Sartono, G. B. (2019). Bank Wakaf Mikro sebagai sarana pemberdayaan pada usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jurnal Hukun dan Syariah* .

Sartono, G. B. (2019). Bank Wakaf Mikro sebagai sarana pemberdayaan pada usaha Mikro, Kecil dan Menengah". *Jurnal Hukum dan Syariah* .

Simorangkir. (2014). *Pengantar Kebanksentralan Teori dan Praktik di Indonesia.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Sinungan, M. (1997). *Manajemen Dana Bank* . Jakarta : Bumi Aksara.

Siska Lis Sulistiani, M. Y. (2019). Peran dan legalitas Bank Wakaf Mikro dalam pengentasan kemiskinan berbasis pesantren di Indonesia. *Bimas Islam*.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R&D).* Bandung: ALFABETA.

https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/ARTICLE/10335

Eni, Kartia, Sari. (2021, Desember 17). Personal interview.

Abdul, Wachid, Luthfi. (2021 November 30). Personal interview.

Syarfan. (2021 Desmber 01). Personal interview.

Fitiah. (2021 November 19). Personal interview.

Wasihatun, Kumaidah. (2021 November 19). Personal interview.

Sumini. (2021 November 19). Personal interview.

Mufida. (2021 November 19). Personal interview.

Hari, Pangestu. (2021 November 23). Personal interview.

Sri, Windarsih (2021 November 24). Personal Interview.

Atirah. (2021 November 25). Personal Interview.

# LAMPIRAN-LAMPIRAN

## A. Hasil Wawancara

### 1. Wawancara Tentang Profil Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri

Nama : Eni Kartita Sari

Jabatan : Ketua Pengurus

| No | |
|---|---|
| 1 | P : sejak kapan dan bagaimana awal mula BWM Almuna Berkah Mandiri dibentuk ?<br><br>J : berdiri secara resmi 27 September 2017, kemudian beroperasi atau operasionlanya mulai November 2017, karena kita harus mencari nasabah dan sebagainya, sebetulnya itu sudah berjalan, tetapi berjalan yang belum secara resmi, karena memang persyaratan harus berjalan terlebih dahulu, dan peresmianya 27 september, sedangkan operasionalnya secara real dengan adanya peminjaman dan sebagainya itu nasabah, bagaimana atau waktu awala-awal sejarahnya waktu dibentuk itu,karena kebetulan kita adalah sepuluh *piloting project* program BWM yang ada di Indonesia dan yang dipilih pesantren-pesantren juga dan memiliki santri yang banyak termasuk al-munawir, buntet dan sebagainya ada sepuluh, waktu itu sebelum bulan agustus OJK datang kesini sowan kepada pak kyai najib, setelah itu berdiskusi dan ternyata karena kita sudah punya komunitas dan punya binaaan yaitu ada pengajian ibu-ibu, pada waktu jum'at wage, dan kebetulan yang disasar adalah ibu-ibu, kemudian ada juga yang namanya RIZQUNA atau yang punya usaha-usaha, karena rizquna itu relatif dengan program BWM yang akan di laksanakan oleh OJK tesebut dan akhirnya pengasuh berkomunikasi kemudian saya dihubungi, karena waktu itu saya dipanggil dan kebetulan saya yang membina RIZQUNA itu, kemudian kita bina setiap minggu sore, dan setelah itu kita menerima programnya ini, dan ini kita menjalankan program dari OJK bukan kita meminta program dari OJK, jadi dari OJK yang menunjuk, akhirnya kita berjalan waktu itu belum ada SOP, SOP baru ada 2018 dan akhirnya SOP itu kita belajar sendiri secara otodidak meskipun sudah ada pelatihan-pelatihan dan itu dilaksanakan program berjalan, jadi program berjalan terlebih dahulu baru kemudian kita dilatih dan alhumdulillahnya kita belajar dengan cepat dan berjalan seperti itu awal mulanya. |
| 2 | P : apa yang menjadi dasar BWM ini didirikan di pondok pesantren ?<br><br>J : sebenarnya pertanyaan itu lebih tepatnya ditujukan kepada yang punya program yaitu OJK dan LAZNAS itu sebetulnya, karena pertanyanya mengarah kesana, tetapi saya cukup tau bahwa itu kenapa di pesantren, karena yang pertama ketika memegang amanah isnya allah Amanah, kedua punya basis masa yang banyak sehingga akan lebih mudah progm ini berjalan. |

| | |
|---|---|
| 3 | P : bagaimana struktur organisasi yang ada di BWM<br><br>J : organisasi BWM itu sebetulnya koperasi, jadi dia punya izin lembaga itu koperasi dan satunya adalah izin usaha OJK jadi punya dua izin, karena koperasi paling atas adalah rapat anggota tahunan (RAT), pengurus, pengawas, kemudian dibawahnya ada manager dan kelengkapanya yaitu SPV, marketing dan admin. |
| 4 | P : apa perbedaan antara LKMS dalam bentuk BWM dengan LKMS lainnya ?<br><br>J : bedanya adalah kalau LKMS dalam BWM itu basisnya lebih mengarah kepesantren, kemudian yang disana juga kebanyakan masyarakat produktif lingkungan pesantren yang diutamakan itu, karena kita sudah di BWM Almuna Berkah Mandiri satu-satunya di Yogyakarta yang memiliki izin usaha kabupaten itu, kalau yang lain itu masih kecamatan dan itu memang kita pun diberi tidak mengajukan, diberikan izin khusus, karena kita punya klaster. |
| 5 | P : bagaimana perkembangan BWM tiap tahunnya ?<br><br>J : kalau progress setiap tahun itu alhamdulillah naik, kecuali tahun 2020, itu untuk nasabah naik tetapi secara usaha untuk saldonya turun, karena pandemi sehingga banyak yang tidak bisa mengangsur dan sebagainya, itu aja alhamdulillah tahun 2020 kita di angkanya masih lumayan, daripada yang dilembaga keuangan lain yang terdampak sama dan lembaga ini sebetulnya *non profit oriented* tidak ada masukan jadi kita lembaga yang bukan *profit*, sehingga apabila tidak ada profit kita lembaga keuangan bisa berjalan dengan apa, tetapi kita ya itu tadi karena niatnya adalah membantu untuk meningkatkan kesejahteraan dan mengangkat ekonomi masyarakat sekitar pesantren itu, akhirnya kita tetap berjalan meskipun dalam kondisi yang tidak mudah dari 2020 kemaren, alhamdulillahnya tahun 2021 naik lagi. |
| 6 | P : apa visi dan misi BWM ?<br><br>J : visi dan misi dari BWM sendiri, inti visinya adalah salah satunya untuk mewujudkan peningkatan masyarakat sekitar pesantren yang produktif, kalau tidak produktif memang tidak boleh masuk menjadi nasabah kita, berikutnya adalah meningkatkan visi religious (keagamaan) dan meningkatkan nasabah sekitar pesantren, jadi meningkatkan ekonomi nasabah sekitar pesantren berdasarkan nilai-nilai kepesantrenan. |
| 7 | P : apa saja Nilai-nilai budaya kerja di BWM ? |

| | |
|---|---|
| | J : yang utama adalah beradab, tanggung jawab, berempati, amanah, professional, jadi meskipun kita itu dipesantren saya selalu menyampaikan, kita itu professional jangan sampai tidak tertib administrasi, meskipun banyak lembaga-lembaga ada yang terkadang, ibaratnya itu mengampangkan masalah administrasi, misalkan RAT tidak usah tidak apa-apa, laporan pajak tidak usah tidak apa-apa, kalau kita tidak, laporan pajak itu tertib, RAT tertib, semua itu saya usahakan tertib, karena apa, baik atau tidak itu kita juga nanti yang merasakan dampakanya, kita sebagai pengelola itu kan keluarga, seperti pegurus, pengawas, pengelola itu satu keluarga, kalau itu nanti output (keuaran) kemudian outcame (hasil) kita dalam mengelola BWM itu amburadul, tidak bisa terukur dengan baik, apa yang mau dibanggakan, itu semacam mubazir kerja kita selama sekian tahun, seperti tidak ada hasilnya kalau kita tidak seperti itu, makanya professional, jadi ada lima nilai atau lima budaya kerja yang ada di BWM. |

2. **Wawancara Tentang Pengelolaan Dana Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri**

Nama : Bapak Abdul Wachid

Jabatan : Manager

| No | PENGELOLAAN DANA |
|---|---|
| 1 | P : Dari manakah Modal BWM berasal ?<br><br>J : Dari *LAZNAS* (Lembaga Amil Zakat Nasional) tetapi dia independent yang artinya dia bukan badan milik pemertintah jadi milik Yayasan, ada Yayasan sendiri yang menaunginya, namanya *LAZNAS BSM UMMAT*, BSM itu yang berarti bukan Bank Syariah Mandiri melainkan Bina Sejahtera Mandiri UMMAT, itu yang memberikan sumber dana kepada BWM, baik untuk yang pendirian BWM ataupun untuk pembiayaan, jadi semua sumber dananya bersumber dari LAZNAS tersebut. |
| 2 | P : Produk akad apa saja yang ada di LKMS BWM in ?<br><br>J : ada dua akad, yang pertama akad *qarddhul hassan* (pinjaman baik hati atau pinjaman yang wajib dikembalikan dengan jumlah yang sama pada waktu yang disepakati) dan yang kedua akad *murabahah* ( perjanjian jual beli antara bank dengan nasabah). |
| 3 | P : Bagaimana skema pembiayaan yang diterapkan oleh BWM ?<br><br>J : skema pembiayaan jadi, harus diketahui terlebih dahulu antara *qard* dengan *murabahah*, bagi nasabah yang baru, artinya nasabah yang baru |

| | |
|---|---|
| | menjadi anggota, semuanya wajib menggunakan akad *qard*, sedangkann yang menggunakan akad *murabahah,* itu ketika mereka sudah mencapai pembiayaan dua juta keatas, dua juta sampai tiga juta itu pakai akad murabahah, jadi dulu awal-awal sesuai dengan sistemnya, itu semua nasabah awal ketika menjadi nasabah semua akadnya adalah *qard,* baru ketika nanti mereka naik plavon pembiayaannya sampai dua juta itu akadnya berubah menjadi *murabahah,* kalau diatas dua juta bisa saja tetap menggunakan akad *qard* tidak diganti menjadi akad *murabahah,* tetapi itu sudah kebijakan dari lembaga sendiri, untuk kehati-hatian maka, kita tawari kepada nasabah kalau itu mengambil dua juta keatas nanati menggunakan akad *murabahah,* jadi semisal bersedia ya silahkan, bisa naik plavon menjadi dua juta kalau tidak bersedia atau masih tetap diangka satu juta atau satu juta lima ratus, itu kita tawarkan, jadi nanti skemanya sendiri-sendiri antara *qard* dengan *murabahah* itu berbeda, sedangkan qard itu seperti pembiayaan social atau pembiayaan non bagi hasil, Ketika nasabah mendapat satu juta maka mereka wajib mengembalikannya juga satu juta tidak ada bagi hasil, jadi semisal mereka meminjam satu juta sampai satu juta lima ratus, mereka juga mengemberikan satu juta sampai satu juta lima ratus itu tanpa ada bagi hasil,<br>terus kita mendapatkan keuntungan dari mana ? keuntungan dari pembiayaan tersebut kalau tidak ada bagi hasilnya otomatis lembaga tidak mendapat keuntungan, maka ada akad lain tetapi bukan akad pembiayaan melainkan akad pendampingan itu bisa dinamakan dengan akad *ujrah* (imbalan yang diberikan atau yang diminta atas suatu pekerjaan yang dilakukan) atau ijarah atau jua'lah jadi semacam biaya administrasi atau biaya sewa, itu beda akad, jadi akad pembiayaan adalah *qard* sendiri, karena kita setiap satu minggu sekali selalu mendampingi para nasabah pendampingan tersebut kita akadkan *ujrah* atau *jua'lah* jadi semacam biaya sewa atau biaya adminitrasi, sehingga mereka membayar kepada kita dengan nilai yang sudah disepakati dari awal, itu nilainya kita oleh mengambil keuntungan atau *margin,* tetapi tidak boleh lebih dari 3% itu dalam satu kali pembiayaan, jadi maksimal hanya 3%, semisal dalam pembiayaan pertama meminjam sebesar satu juta maka kita mengambil keuntungan 3% yaitu sebesar tiga puluh ribu keuntungan yang kita dapat, tetapi itu tidak diambil dari akad *qard* tadi tetapi kita mengambil dari biaya adminsitrasi, jadi berbeda,itu akad yang pertama menggunakan akad qard nanti kalau sudah naik menjadi akad *murabahah* (jual beli) jadi semisal nasabah membutuhkan barang, maka pihak bank membelikan barang itu setelah itu kita jual kepada mereka seharga kita, contoh kita membeli barang seharga dua juta kita mengambil margin sebesar 3% dari dua juta itu sebesar enam puluh ribu, sehinnga kita jual kepada mereka senilai dua juta enam puluh ribu, maka mereka nanti mengembalikanya seniali dua juta enam puluh ribu, dari akad dan perjanjiannya yang sudah ditentukan. Berbeda dengan akad *qard* tadi apalagi jual beli mereka butuh apa kita belikan, setelah itu jual kepada mereka senilai harga barang yang dibeli dan ditambah dengan margin, karena keterbatasan lembaga, karena saking |

| | |
|---|---|
| | banyaknya nasabah jadi tidak memungkinkan kita memeberikan satu persatu, jadi ada namanya akad *wakalah* (yang diwakilkan) sebelum akad murabah ini ditanda tangani, akad wakalah itu, kami dan lembaga mewakilkan nasabah untuk membeli barang tersebut, jadi semisal minggu ini akad kami wakalahkan uang ini mohon untuk dibelikan kemudian kita kasihkan uang sebesar dua juta setelah itu dibelikan barang yang mereka minta, setelah itu minggu depannya diakadkan *murabah,* kita akadkan senilai dua juta enam puluh ribu, sehingga mereka wajib mengembalikanya senilai dua juta enam puluh ribu juga, sebenarnya ada lagi akad yang lain seperti *mudharabah, salam* dan sebagainya tetapi kita belum berani untuk memakai akad-akad tersebut karena beda skema akan sulit yang menurut kita mudah dan ringan akad *qard* dan *murabahah* yang menggunakan akad murabah itupun mereka yang sudah naik ke plavon senilai dua juta keatas. |
| 4 | P : Bagaimana skema pembagain bagi hasil antara BWM dan nasabahnya ?<br><br>J : kalau qard itu bukan bagi hasil, karena *qard* tidak ada bagi hasil tetapi adanya biaya konsultasi atau biaya sewa itu diluar akad *qard* sedangkan akad *murabahah* lembaga menjual barang senilai uang yang dicairkan ditambah dengan margin, jadi kita jual barang itu senilai sekalian sama margin itu tadi, karena ini yang punya bisnis atau usaha itu adalah nasabah jadi, kita menggunakan akad yang pertama tadi yaitu akad *qard* dan yang kedua akan *murabahah,* jadi kita menjual nilai, karena barang tidak ada sehingga kita menjual nilai peminjaman itu, maka mereka mengembalikannya senilai peminjaman yang mereka pinjam tadi ditambah margin. |
| 5 | P : apakah ada karatersitik khusus dalam penyaluran dana dari BWM ini ?<br><br>J : ada, di awal itu ada tahap-tahap ketika nasabah itu, mau mendapat pembiayaan, ketika nasabah mendapatkan pembiayaan tidak lantas langsung cair itu kan tidak, tetapi ada tahap-tahap yang harus mereka lalui, salah satunya yaitu PWK ( Pelatihan Wajib Kelompok) itu selama lima hari, itu wajib bagi semua anggota, itu sebelum mereka mendapatkan pembiayaan, jadi semcam sekolah yang Bernama PWK yang dilakukan selama lima hari tetapi bukan berarti lima hari penuh melainkan dalam satu hari kegiatannya dilakukan kurang lebih satu jam itu dilakukuan selama lima hari, nanti sudah selesai dan dinyatakan lulus, maka berikutnya adalah pencairan, didalam pencairan tersebut tidak langsung semua dicairkan ada skema dan pola namanya 2-2-1, jadi semisal, didalam kelompok terdiri dari 20 orang, 20 orang dibagi menjadi kelompok-kelompok kecil yang terdiri dalam 1 kelompok berisi 5 orang, jadi dalam kelompok besar yang kita menyebutnya rumpun, itu ditentukan ketika PWK tadi seperti menentukan nama kelompoknya apa kemudian dibagi yang kelompok A B C D itu anggotanya siapa saja yang terdiri dari 5 orang, sehingga ada 4 kelompok |

| | |
|---|---|
| | didalam satu rumpun tadi, ketika datang waktunya pencairan itu yang pencairan pertama ada 2 orang dari maasing-masing kelompok tadi, jadi bukan langsung 20 orang tadi yang mendapatkan pinjaman, waktu sudah pencairan melainkan 2 orang dari kelompok kecil tadi itu perbedaannya, sehingga dinamakan pola 2-2-1, sehingga yang mendapatkan pencairan itu minggu pertama 2 orang dari kelompok A B C D dan yang mendapatakan minggu kedua 2 orang lagi dan yang terakhir di minggu ketiga yaitu hanya 1 orang, karena itu sudah ketentuan dari program, bukan kita yang membuat karena alasanya agar pertama, dipilih mana dalam satu kelompok tersebut yang memang benar-benar membutuhkan, karena semua anggota membutuhkan, sehingga dipilih lagi yang paling membutuhkan, biasanya tim yang mendapingi itu bermusyawarah siapa yang lebih dulu, sehingga harus iklas yang kedua menunggu satu minggu lagi dan ketiga menunggu dua minggu, ketika yang minggu kemarin sudah pecairan minggu berikutnya sudah mulai mengangsur, jadi nanti angsurannya tidak sama dan yang mendapat pencairan pertama selesainya lebih dulu, semisal mau selesai pencairan bebarengan juga bisa ada beberapa opsi, karena kami bersifat fleksibel untuk pelunasanya, nanti untuk pembiayaan berikutnya bisa bebarengan semua, jadi itu hanya ketika pembiyaan pertama saja, sehingga skemanya pembiayaanya seperti itu. |
| 6 | P : sampai saat in berapakah rata-rata dana pembiayaan dari BWM yang disalurkan pada nasabah ?<br><br>J : maksimal tiga juta, dan sudah ada yang menggunakan pembiayaan sebesar tiga juta itu, tetapi tidak banyak, dan berikut tahapannya dari satu juta, lanjut ke satu juta lima ratus, lanjut ke dua juta, lanjut lagi ke dua juta lima ratus baru kemudian tiga juta, semisal dari dua juta langsung ke tiga juta juga bisa kalau analisisnya sesuai, karena ketika mereka mengajukan pembiayaan kembali sebelum kita cairkan terlebih dahulu kita survei kembali kalau surveinya sesuai bisa nanti kita pertimbangankan kembali, tetapi kita juga analisis ulang, ini orangnya bagaimana, amanah atau tidak, bukan hanya dari survei usahanya, tetapi juga lihat dalam setiap minggunya dalam menjalankan angsuran itu lancar atau tidak, kemudian kehadirannya bagaimana, rajin atau tidak, karena peminjamaan senilai tiga juta itu agak selektif karena kita juga harus hati-hati semisal mereka tidak benar-benar amanah, bertanggung jawab itu kita belum berani, jadi harus bertahap dan rata-rata yang meminjam senilai tiga juta itu nasabah yang sudah lama sekitar empat kali periode dan itupun kita juga selesksi kembali. |
| 7 | P : dalam setiap pembiayaan yang dilakuakn itu berapa kali putaran ?<br><br>J : itu untuk yang pertama itu lima puluh kali putaran atau dalam satu tahun karena setiap tahun itu ada yang lima puluh minggu dan ada yang lima puluh dua minggu, jadi kita bulatnya menjadi lima puluh, sehingga untuk pembiayaan pertama jangka waktunya adalah lima puluh kali atau lima |

| | |
|---|---|
| | puluh minggu karena angsurannya dilakukan setiap per minggu, Ketika nanti pembiyaan berikutnya kita percepat yang semula lima puluh minggu menjadi empat puluh kali atau empat puluh minggu kurang lebih sekitar sepuluh bulan udah selesai, dan semisal ada salah seorang mau menutup dulunya itu boleh tetapi waktu pengajuan menunggu temannya selesai juga karena tidak bisa melakukan pengajuan dahulu karena ini sistemnya kelompok bukan perorangan sehingga harus menuggu kelompok yang lain selesai juga. |
| 8 | P : Pada sector apa saja pembiayaan yang dilakuakn oleh nasabah ?<br><br>J : UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) sesuai dengan namanya Bank Wakaf Mikro atau Lembaga Keuangan Mikro Syariah apa yang kita sasar adalah UMKM atau usaha-usaha kecil bukan usaha-usaha besar dan yang kita sasar adalah UMKM yang ada disekitar pesantren atau radius 5Km dari lokasi BWM, itu dulu Ketika kita belum mendapat klaster batik, jadi diawal-awal mula ini dibentuk kita wilayahnya satu kecamatan atau itu tadi radius 5Km paling jauh, karena BWM krapyak ini lokasinya berbatasan antara kabupaten Bantul dengan kota Yogyakarta, itu juga menjadi permasalahan, semisal bgaiamana ada calon nasabah dari kota yang ingin mengajukan pembiayaan bisa, ya itu tadi batasanya tidak lebih dari radius 5Km, sedangkan kalau keselatan tidak masalah karena masih dalam satu lingkup kecamatan seperti gabusan karena itu masih kecamatan Sewon jadi masih bisa, tetapi karena di tahun 2018 kita mendapat pogram klaster batik sehingga kita mendapat izin jangkauan wilayahnya yang diperluas menjadi satu kabupaten, tidak hanya satu kecamatan, karena klaster batiknya itu bertepatan didaerah Giriloyo, karena Giriloyo kesana itu sudah keluar dari kecamatan Sewon kalau kita masih diizinkan satu kecamatan kita tidak bisa, maka OJK membuat perizinan perluasan wilayah BWM menjadi satu kabupaten. |
| 9 | P : apa saja kemudahan lanayan yang diberikan kepada nasabah ?<br><br>J : salah satunya yaitu dengan adanya halmi, jadi satu, mereka mulai dari awal hingga akhir proses pembiayaan itu tidak harus kekantor. kedua mereka hanya mengumpulkan berkas persyaratan seperti foto copy KTP, foto copy KK, pas foto itu dikumpulkan menjadi satu dalam satu kelompok tersebut, kalau sudah nanti kita datang kesana untuk melakukan survei, pertama kita survei terlebih dahulu kalau datanya sudah lengkap, kedua melakukan PWK, yang ketiga pencairan, keempat melakukan proses angsuran mingguan itu sampai selesai dan itu pun mereka tidak perlu ke kantor cukup disalah satu rumah anggota kemudian petugas yang akan datang kesana.<br>Yang kedua adalah bersilaturahmi per minngu itu dalam halmi jadi selain mereka mendapat pembiayaan mendapatkan pendamingan usaha atau pendampingan kelompok seperti materi-materi,sebenarnya materi itu tidak |

| | |
|---|---|
| | harus tentang keagamaan, jadi bisa macam-macam bisa kesehatan, karena masyarakat kita ibu-ibu itu sudah senang kalau mengaji atau memberi materi keagamaan dan juga kita mendampingi untuk pemasaran produk usaha sedangkan kalau yang dekat-dekat dari sini kita juga membantu menjualkan di koperasi pondok, pernah juga waktu ada even apa gitu, yang seperti pasar malam kita daftarkan mereka mendirikan stand jualan, di waktu sebelum pandemi karena sekarang sedang masa pandemi, kita hanya bisa membantu memasarkan lewat social media, jadi mereka dimudahkan untuk menerima pembiyaan ini dan kita menganut sistem kekeluargaan juga pasti karena setiap minggu kita bertemu dengan nasabah tidak menutup kemungkinan hubungan antara SPV dengan nasabah juga lebih dekat bukan hanya sekedar antar pemijam dengan yang meninjam mealinkan lebih dari itu hubungan mereka. |

3. **Wawancara Tentang Sistem Halaqah**

Nama : Abdul Wachid

Jabatan : Manager

| No | SYSTEM HALAQAH |
|---|---|
| 1 | P : Apakah system halaqah ini ketentuan dari OJK atau inisiatif dari BWM sendiri ?<br><br>J : itu sudah dari pusat, dari SOP seperti itu, jadi perlu diketahui bahwa ada beberapa pihak pemegang program antara lain OJK sebagai lembaga pengawasan, LAZNAS yang memberikan modal usaha kepada BWM, PINBUK( Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil), itu yang bikin skema, system SOP adalah PINBUK, seperti sistemnya harus berkelompok, harus ada halmi, makanya kita dulu dilatih selama lima belas hari di Bogor Ketika awal berdirinya BWM dan yang memberikan pelatihan adalah PINBUK, sehingga semuanya itu ter integrasi antara OJK, LAZNAS, dan PINBUK itu menjadi satu termasuk system keuangannya juga, beserta system pelaporanya juga dari PINBUK, karena kita hanya menjalankan, tetapi sebelum menjalankan kita dilatih terlebih dahulu. |
| 2 | P : Bagaimana cara pengelompokan dan pejadwalan halaqah ini ?<br><br>J : pembentukannya itu dibentuk ketika pelatihan PWK yang dilaksasanakan tadi, bukan sembarang ketika membentuk kelompok, sedangkan kalau menentukan waktu yang akan digunakan untuk melakukan halmi itu fleksibel, nanti antara SPV dengan anggota kelompoknya mengatur jadwal, semisal ibu-ibunya minta jam berapa nanti |

| | |
|---|---|
| | disepakati bersama, karena nanti yang akan menjalankan itu ibu-ibu semua, jadi mohon disepakati hari dan jam yang akan digunakan untuk halmi, yang jelas jangan diwaktu dan jam libur atau sabtu dan minggu, karena kita sabtu dan minggu libur, maka yang digunakan hari senin sampai hari jum'at itu terserah mau hari apa dan jam berapa nanti kita menyesuaikan, dan nanti ketika sudah ditentukan hari dan waktunya ternyata bertabrakan dengan jadwal yang sudah ada itu juga harus disampaikan, dan meminta maaf karena sudah ada jadwal di jam dan hari itu, semisal diundur satu jam bagaimana, tidak apa-apa seperti itu, selama ini seperti itu karena satu SPV memegang beberapa halmi, kecuali yang dibatik, kita bareng-bareng karena dilakukuan satu hari penuh disana, mengaturnya itu ketika PWK tadi, jadi sebelum pencairan sudah diatur, karena waktu pencairan itu sekalian menentukan hari halaqah, karena itu nanti akan dilakukan dalam satu minggu sekali, nanti semisal di pertengahan jalan mereka waktu itu sedang ada acara bisa digeser jam atau harinya, yang penting satu minggu sekali itu harus ada pertemuan dan angsuran karena itu sudah dari sistemnya.<br>dan ada juga yang namanya system tanggung renteng ketika ada salah satu amggota yang waktunya mengangsur tidak bisa mengangsur maka kita mengutip satu kelompok, semisal ditengah jalan ada musibah, salah satu ada yang meninggal itu ada yang namanya dana social yang menanggung, karena dalam satu pembiaayan itu terdiri dari pembiyaan pokok, angsuran pokok, margin, dan dana social atau infaq setiap minggunya, dana yang sudah terkumpul tadi salah satunya digunaan untukitu, apabila ada satu nasabah sedang sakit, ketika ada ada nasabah yang meninggal, atau keluarganya ada musibah kita bantu,memang dari awal membikin ada biaya atau dana sosianya, jadi semisal ada nasabah dalam musibah itu bisa diback up oleh dana social itu, bisa juga ditanggung oleh keuarganya apabila keluarganya mampu melunasi pinjamannya, itu dilakukan secara kondisional dan sekarang karena sudah ada ASYKI (Asuransi Keluarga Indonesia) maka ketika sudah pencairan kita daftarkan di ASYKI selanjutnya dari ASYKI, mendapat asuransi apabila sewaktu-waktu nasabah ada yang meninggal mendapat bantuan dari ASYKI tersebut, jadi agak meringankan kita, kerja sama yang dilakukan dengan ASYKI juga belum lama dilakukan pasca pandemi ini. |
| 3 | P : saat ini ada berapa halaqah yang dibina ?<br><br>J : total ada 32 halaqah yang dibina dan dari 32 halqah itu rata-rata masih aktif dan sudah terjadwal, dulu awal sampai ada sekitar 46 halaqah, karena beberapa hal dan karena kita tidak bisa mempertahankan kembali akhirnya kita bubarkan kelompoknya sehingga sisa 32 itu.<br>dan waktunya peminjaman itu diutamanakan ibu-ibu, semisal ada bapak-bapak yang pengen ikut juga bisa, sebenarnya kalau di SOP adalah ibu-ibu, tetapi kalau semisal bapak-bapaknya bisa bertanggung jawab dan amanah kita setujui, contohnya seperti yang ada di daerah gabusan, dan pesyaratan untuk meminjam ke BWM itu usia minimal $18^{th}$ dan maksimal $60^{th}$ rata- |

| | |
|---|---|
| | rata yang meminjam itu ibu-ibu rumah tangga dan ada juga beberapa yang masih belum berumah tangga, tetapi dengan syarat dia bisa ikut pertemuan yang dilakukan tiap minggunya, dan bisa ikut kelompok<br>yang meminjam itu harus memiliki atau mau mendirikan usaha yang baru, karena kita survei, kita tanyakan usahanya apa, semisal belum ada usaha tetapi karena ini harus ada usahanya, dan dia baru mau membangun usaha dan berencana buka angkringan, maka kita pinjami. |
| 4 | P : apa bedanya klister dan kelompok yang ada dalam halaqah dan apa tujuannya ?<br><br>J : diawal ini ikan kita sasarannya adalah mereka masyarakat yang ikut UMKM yang ada disekitar pondon pesantren atau radius 5km, jadi ada macam-macam usaha tidak hanya makanan, kemudian berjalan ditahun 2018 kita mendapat penghargaan oleh OJK terkait BWM ini, oleh karena itu kita diberi program baru yaitu program pemberdayaan klaster batik, maka kita harus memberikan pembiyaaan kepada klaster batik, itu program dari OJK sana,karena OJK ingin BWM itu memberikan pembiayaan kepada klaster, dan klaster yang ada diyogyakarta itu khasnya batik sehingga OJK ingin klaster batik dan akhirnya ketemu di daerah Giriloyo sana kita disambut dan akhirnya bisa, sehingga programnya turun, yang mecari klaster itu sendiri adalah langsung dari OJK dan kami disuruh untuk memberdayakan klaster tersebut. Tidak ada perbedaan antara klaster dan keompok, Cuma perbedaan antara klaster dan non klaster atau kelompok itu saja dan tujuanya juga sama sama-sama memberdayakan kepada nasabah yang non klaster kita juga memberdayakan, memberikan pembiayaan, memberikan pendampingan, dan juga memasarkan produk usaha dan yang di klaster juga sama-sama memberdayakan, memberikan pembiayaan, memberikan pendampingan dan juga memsarkan produk usaha, tetapi yang sebenarnya OJK inginkan itu ketika BWM ada klaster agar bisa mengangkat, sehingga nama BWM itu bisa lebih banyak dikenal masyarakat, sebenarnya tujuan untuk BWM nya itu bukan untuk kelompok klaster yang berada di Giriloyo, karena yang tau tujuanya adanya klaster itu adalah OJK kita hanya menajalankan. |
| 5 | P : bagaimana sistematika menjalankan halaqah di lapangan ?<br><br>J : pertama datang ibu-ibu kumpul, pembukaan, pembacaan ikrar, pembacaan asmaul husna, dikasih materi sama SPV, kemudian sesi tanya jawab, setelah itu penutup, sebenarnya inti dari halmi itu adalah waktunya mengangsur, tetapi kita konsep dengan rangkaian acara, jadi ketika mereka datang bukan hanya mengangsur saja terus pulang bukan begitu, tetapi ada acaranya seihngga ada nilai yang didapat dan mereka peroleh, dulu kalau dari system dan program hanya pembukaan, membaca ikrar, membayar angsuran, dan sharing-sharing setelah itu membaca doa dan selesai. |

| | |
|---|---|
| | Jadi setiap BWM itu berbeda cara untuk mendampingi atau mengisi acaranya berbeda, kalau dikita ciri khasnya adalah membaca asmaul husna, kita memilih membaca asmaul husna, karena menurut kita yang bisa diterima oleh semua kalangan, karena dimasyarakat itu ada macam-macam kalangan seperti NU, MUHAMMADIYAH, dulu awalnya kita mau bikin semacam shalawat nariyah, tetapi karena kesanya lebih ke NU nanti yang orang-orang MUHAMMADIYAH sepertinya bagaimana gitu, kemudian kita berunding dan akhirnya kita mengusulkan untuk membaca aslmaul husna saja, dan diisi materi, materinya bebas dan kita memilih aslmaul husna serta kita memberikan materi-materi yang lain selain asmaul husna, tetapi asmaul husna itu kita jadikan ruh didalam halmi tersebut. Intinya dari halmi itu adalah pertemuan dan pendampingan kepada nasabah minguuan, model pendampingan itu terserah, karena setiap BWM punya model pendampingan itu sendiri untuk mengisi halminya itu. |
| 6 | P : siapa yang menjadi SPV dalam halaqah ?<br><br>J : yang menjadi SPV terdiri dari 2 orang dan dibantu oleh manager, karena manager itu mungkin jam kantornya, yang artinya kegiatan dikantor itu tidak penuh, maka dikasih jatah untuk mengsisi halmi, dan pemegang halmi, tetapi tidak banyak hanya beberapa, sehingga yang mengisi adalah SPV tersebut, dan dalam SPV itu bisa melakukan pergantian apabila ada halangan, akan tetapi karena modelnya nasabah itu apabila sudah cocok dengan satu SPV itu sehingga agak susah mau diganti ke SPV yang lain, dan kebanyakan SPV itu adalah santri pondok jadi kita sudah melakukan pergantian SPV selama beberapa kali sekitar lima kali pergantian, karena mereka pulang ke rumah. |
| 7 | P : apakah ada seleksi dan syarat untuk menjadi SPV dan pengelola dalam halaqah ?<br><br>J : bukan SPV melainkan pengelola ada, jadi kita model perekrutannya itu open recrutmen, misal ketika ada satu SPV yang mau berhenti kita buka lowongan, dan ketika ada yang daftar kemudian kita seleksi, dan yang menyeleksi pengurus bukan manager, nanti manager yang mentraining calon SPV, walaupun itu adalah santri tetap melakukan proses seleksi bukan lantas langsung diambil, bebeda dengan dulu waktu awal langsung ditunjuk, karena dulu waktu membuat lembaga ini instan dan bikinya begitu cepat jadi yang bekerja keras waktu di awal adalah pengurus dan manager, kemudian manager mencari satu SPV dan satu admin. |
| 8 | P : apa saja materi yang disampaikan dalam halaqah (modul materi) ?<br><br>J : macam-macam salah satunya asmaul husna, sebenarnya tidak materi keagamaan, bisa materi social, materi kesehatan, materi keuangan, materi managemen, semuanya bisa, tetapi karena masyarakat kita sudah terlanjur |

| | |
|---|---|
| | suka senang dengan pengajian , kita isi dengan pengajian dan fadlilah-fadlilah. |

4. **Wawancara Tentang Pemasaran Produk Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri**

Nama : Mas Syarfan

Jabatan : Supervisior

| No | Pemasaran Yang Dilakukan |
|---|---|
| 1 | P : apa strategi pemasaran produk pembiayaan pada BWM ?<br><br>J : kalau starteginya saya kurang tau, tetapi kalau tahap-tahapnya, jadi ada didalam program seperti, tahap pertama identifikasi, kemudian bersosialisasi,selanjutnya nanti uji kelayakan, selanjutnya nanti pra PWK (Pelatihan Wajib Kelompok) setelah itu baru PWK (pelatihan Wajib Kelompok) setelah lolos dari PWK tersebut nanti bisa menajdi nasabah di BWM, kalau tidak lolos satu, harus mengulang dari awal karena yang paling penting itu dalam pelaksanaan PWK itu, seperti harus datang tepat waktu, tidak boleh ada yang terlambat, tidak boleh ada yang kurang satu pun, jadi kalau misal tadinya yang mengajukan pra PWK lima belas orang, yang harus hadir itu juga lima belas orang sebelum jam yang ditentukan, karena itu terdiri dari kelompok besar dan kelompok kecil semisal ada salah seorang yang berhalangan hadir didalam kelompok kecil itu, maka kelompok kecil tersebut dibubarkan, bukan satu kelompok besar yang dibubarkan. Berarti tinggal sepuluh orang dalam kelompok besar itu, semisal dihari ketiga itu tidak datang di PWK maka dalam kelompok kecil tersebut dibubarkan, jadi kalau mau mengulang lagi ya mengulang lagi, tetapi kalau tidak mau ya sudah. |
| 2 | P : produk apa saja yang ditawarkan oleh BWM kepad nasabah ?<br><br>J : produk dari BWM terdiri dari *qard* dan *murabahah*, sedangkan produk yang ditawarkan tidak ada yang ditawarkan,tetapi kalau sudah menjadi nasabah akad yang pertama digunakan pasti *qard* tidak boleh yang lain, sedangkan penawaran ini itu tidak ada, soalnya kebanyak di BWM manapun rata-rata sepertinya menggunakan *qard* biasanya di BWM lain missal peminjaman pertama satu juta menggunakan akad *qard* selanjutnya peminjaman kedua langsung dua juta juga menggunakan akad *qard* dan peminjaman ketiga itu tiga juta juga menggunakan akad *qard* jadi semisal naik pinjamannya itu terserah BWM yang mau menggunakan akad apa, |

| | |
|---|---|
| | sedangkan kalau disini peminjaman diatas dua juta menggunakan akad *murabahah.* |
| 3 | P : bagaimana strategi BWM dalam menjaga kualitas penampilan yang baik (performa)<br>yang baik dalam nasabah ?<br><br>J : semisal dalam hal menjadi nasabah itu umumnya kita bertamu ketuk pintu salam, bukan tiba-tiba masuk langsung menyampaikan apa tujunnya, pertama ketuk pintu terlebih dahulu kemudian salam, nanti baru menjelaskan maksud dari kedatangannya kemari itu apa, itu dalam hal menjaga performa dalam mencari nasabah, sedangkan halmi itu mencari inovasi supaya halminya itu tidak canggung dan tidak membosankan, ya tadi artinya dari inisiatif itu, semisal di kita itu nasabah-nasabah batik itu, setiap jum'at kliwon halminya diganti tahlilan seperti itu. |
| 4 | P : dalam melayani nasabah bagaimana pelaksanaan pembiayaan BWM kepada nasbahnya ?<br><br>J : ya seperti tadi ada tahapan-tahapn kecil yang dipake seperti identifikasi, bersosialisasi, uji kelayakan, pra PWK, PWK, kalau identifikasi itu kita yang datang bukan nasabah yang kesini, baru kemudian bersosialisasi, sedangkan dalam menjalin nasabah itu diusahakan yang dekat-dekat maksudnya agar mudah dijangkau, dan kalau bisa itu beda RT atau beda RW seperti itu, kalau dalam pembagian klompok kecil yang terdiri dari lima orang waktu pelaksanaan PWK, jadi menentukan kelompok kecilnya waktu PWK, jadi nanti PWK itu lima hari, hari pertama itu materinya apa, hari kedua apa, ketiga apa, keempat apa, kelima ujian, waktu empat hari inilah biasanya nanti yang menetukan siapa yang akan menjadi ketua didalam kelompok kecil itu. |
| 5 | P : apakah BWM menggunakan strategi penjualan perseorangan ?<br><br>J : tidak menggunakan penjualan perorangan, karena tadi kan ada idnetifikasi kelompok masyarakat jadi, msialkan di didusun ini ada ibu-ibu PKK nah disitu identifikasinya yang dilakukan, jadi bukan perorangan, bukan menggunakan sistem door to door, bukan ibu-ibu yang mengumpulkan masyarakat, biasanya dimasyarakat itu ada semacam kegiatan ibu-ibu PKK, ibu-ibu arisan, ibu-ibu jama'ah yasinan disitu identifikasinya, kalau tidak kita berbicara sama kadusnya, bilang kalau ada mau yang disampaikan kepada ibu-ibu, jadi nanti pak kadusnya yang mengumpulkan jama'ah. |
| 6 | P : adakah kerja sama yang dilakukan BWM ini dengan pihak lain ? |

| | |
|---|---|
| | J : kalau bekerjasama dengan pihak bank lain itu tidak, itu karena programnya yang seperti itu untuk pihak BWM dengan pihak BSI, jadi BWM itu diluncurkan dana sebesar empat milyar, satu milyar untuk diputarkan, sedangkan yang tiga milyar yang di lot, nah yang tiga milyar yang di lot ini dikasihkan di BSI, karena itu sistemnya dari atasan yang saya ketahui, sedangkan untuk pihak Kerjasama ada, dengan pihak asuransi namanya ASYKI (Asuransi Syariah Keluarga Indonesia) semisal ada nasabah yang ada musibah seperti meninggal dunia, nanti pihak ASYKI yang menanagggung angsuranya. |
| 7 | P : apakah BWM melakuakn periklanan ?<br><br>J : tidak, melakukan periklanan, jadi masyarakat mengetahui BWM itu waktu bersosialisasi lewat halmi itu, jadi melakukan periklanannya dan pemasaran produknya waktu halmi itu juga, kalau tidak nanti ada tetangganya yang sudah ikut kemudian apabila ada saudaranya atau tetangganya yang ingin ikut bisa diajak, jadi cara mengajaknya disitu, kalau secara periklanan semacam poster itu tidak ada. |

5. **Wawancara Dengan SPV**

Nama : Mas Syarfan

Jabatan : Supervisior

| No | Wawancara dengan SPV |
|---|---|
| 1 | P : Sebelum anda ,enjadi SPV di BWM ini apa latar belakangnya ?<br><br>J : ya sebelum menjadi supervisor, saya sebagai santri. |
| 2 | P : Apakah saudara menjadi SPV mealui perekrutan ?<br><br>J : ya, melalui info. |
| 3 | P : Apakah menjad SPV melalui seleksi ?<br><br>J : ya ada seleksi, melalui tes tertulis dan wawancara |
| 4 | P :bagaimana system penjadwalan SPV halaqah ?<br><br>J : karena saya penerus, jadi saya hanya meneneruskan halmi yang sudah ada jadwalnya, tetapi secara sistemnya, halaqah kalau disini itu sebelum resmi menjadi nasabah itu ada, semacam sekolah PWK (pelatihan Wajib Kelompok) sama manager untuk menjadi nasabah di BWM, semisal nanti lima hari dalam sekolah PWK (Pelatihan Wajib kelompok) tersebut hari terakhirnya rabu, ya halminya hari rabu tersebut, misalkan hari terakhirnya tersebut |

| | |
|---|---|
| | jatuh pada hari kamis, berarti halminya juga hari kamis, waktu pecairan juga bisa menentukan hari dalam suatu kelompok untuk penjadwalan halmi. |
| 5 | P : Apa saja materi yang disampaiakan kepada nasabah ?<br><br>J : bermacam-macam. |
| 6 | P : Apakah ada materi khusus yag diberikan dari pondok pesantren ?<br><br>J : tidak ada materi khusus, tetapi karena ini lembaga keuangan mikro syariah didalam halminya juga ada materi tentang keagamaan itu pasti ada, tetapi enaknya disini itu seperti ada penjadwalan membuat materi, jadi setiap supervisior itu dijadwal membuat materi perminggu, seperti minggu pertama siapa dan yang minggu kedua itu siapa, minggu ketiga siapa, dan minggu keempat itu siapa. Materinya juga terkadang dari atasan, missal teman-teman ada materi seperti pak manager ada materi nanti dibuatkan terus bisa disampakan oleh supervisiornya, dan missal admin ada materi disampaikan ke supervisiornya, tetapi yang jelas supervisor puya materi sendir-sendiri. |
| 7 | P : Menurut SPV apakah ada perubahan ang dialami oleh nasabah sebelum dan sesudah mengikuti hami ?<br><br>J : kalau nasabah kurang tau, kalau dipiki-pikir pasti ada, karena yang merasakan bukan saya tetapi para nasabah, tetapi menurut pandangan saya setidaknya pasti ada perubahan, tetapi perubahan yang seperti apa saya juga kurang begitu tau. |
| 8 | P : Apakah dari pihak SPV ada perubahan dalam diri pribadi dengan adanaya program pemberdayaan ini ?<br><br>J : kalau saya sendiri ada, seperti melatih public speaking ( berbicara di depan umum) itu semacam dilatih waktu halmi tersebut. |
| 9 | P : Apakah ada inisiatif yang didapatkan dari menjadi SPV ini ?<br><br>J : kalau saya sendiri tidak ada inisiatif, |

6. **Wawancara Dengan Nasabah**

Nama : Ibu Fitiah

Jabatan : Nasabah BWM Almuna Berkah Mandiri

| No | **WAWANCARA DENGAN NASABAH** |
|---|---|
| 1 | P : apakah pekerjaan anda saat ini ? |

| | |
|---|---|
| | J : pekerjaan yang dilakukan saat ini membatik di daerah giriloyo. |
| 2 | P : sudah berapa lama menjadi nasabah di BWM ini ?<br><br>J : menjadi nasabah di BWM kurang lebih berjalan sekitar dua tahun. |
| 3 | P : dari manakah anda mengetahui BWM ini ?<br><br>J : saya mengetahui BWM ini karena ada paguyuban di kelompok yang lebih dahulu mengikuti BWM ini, kemudian saya mengetahui BWM sehingga saya tertarik dan kemudian saya ikut, karena melihat kegiatan yang diadakan oleh BWM di paguyuban ini. |
| 4 | P : apa yang melatar belakangi anda untuk bergabung menjadi nasabah di BWM ini ?<br><br>J : saya tertarik, disamping itu juga mendapatkan permodalan untuk menambah biaya usaha yang saat ini sedang saya jalankan, dan juga mendapatkan ilmu-ilmu yang disampaikan oleh SPV dari pihak BWM waktu sedang melakukan halmi di paguyuban ini, dan amaliyah di tiap pertemuan halmi juga sangat menarik bagi saya. |
| 5 | P : selama anda mengikuti halmi sudah ada pelatihan apa saja yang diikuti ?<br><br>J : dulu ada pelatihan yang dilakukan sebelum peminjaman, yaitu diperkenalkan tentang BWM itu apa, dan OJK itu apa, dan juga mendapat sosialisasi dari pihak BWM. |
| 6 | P : selama anda menjadi nasabah dan mengikut pelatihan, dari segi perekonomian perubahan apa saja yang dirasakan ?<br><br>J : kalau peningkatan untuk penghasilan mungkin tidak begitu kelihatan, tetapi saya bisa dapat pinjaman itu dengan tanpa bunga, karena biasanya kalau meminjam ditempat lain itu ada bunga sedangkan di BWM itu tidak ada, jadi juga meningkatkan kalau dalam bidang ekonomi untuk menambah modal tetapi belum berani untuk mengambil sesuai kebutuhan karena juga masih terkendala untuk melakukan angsuran takutnya tidak bisa mengembalikanya. |
| 7 | P : selama ada menjadi nasabah dan mengikut pelatihan, dari segi social bermasyarakat, perubahan apa saja yang dirsasakan ?<br><br>J : senang karena bisa meningkatkan silaturahmi dengan saudara-saudara kita di pengrajin batik, dan jadi lebih akrab dengan teman-teman karena, |

| | |
|---|---|
| | setiap hari jum'at kita pasti ketemu, kalau dulu sebatas anggota paguyuban saja, sedangkan kalau halmi itu yang diluar paguyuban juga ikut jadi jumlah sekitar 20 orang sehingga tali persaudaraan bertambah dan bertemannya menjadi lebih baik. |
| 8 | P : selama ada menjadi nasabah dan mengikut pelatihan, perubahan dari segi religi (keagamaan) apa saja yang dirasakaan ?<br><br>J : ya, selalu di ingkatkan kalau setiap hari jum'at tentang dalam beribadah, jadi semisal, ibu-ibu itu belum tentu mengerti dengan bagimana cara bersuci yang benar secara agama, karena ibu-ibu dahulu kurang belajar mungkin belum begitu tau dan mengerti, dan disini kita juga diajarkan bagaimana bersuci yang baik dan benar, sampai macam-macam air juga diajarkan satu-satu jadi lebih tau dapat ilmu agama. |
| 9 | P : apakah ada keigiatan social yang dilakukan nasabah dalam rumpun ini ?<br><br>J : kalau kegiatan social ya ada, jadi semisal ada salah seorang diantara kita ada yang kena musibah kita bantu dan diberi donasi secara Bersama-sama. |
| 10 | P : apakah dengan adanya halmi ini, menurut anda pembiayaan yang dilakukan memudahkan atau sebaliknya ?<br><br>J : memudahkan. |
| 11 | P : apakah anda juga menjalankan zakat, infaq, dan shodaqoh ?<br><br>J : infaq itu ada kas, jadi semacam iuran yang dilakukan tiap minggu |
| 12 | P :menurut anda apakah ada kekurangan dari kegiatan halmi ini ?<br><br>J : saya kira sudah cukup bagus. |
| 13 | P : apakah ada keinginan (rancangan) dari anda, tentang kegiatan yang ingin diadakan dalam halmi ini ?<br><br>J : ya mungkin, kita juga berfikir kalau kemaren kan lagi pandemi, tetapi suatu saat apabila sudah tidak pandemi kita bisa secara Bersama-sama untuk meningkatkan kekompakan tetapi juga menjalin silaturahmi secara lebih baik, mungkin kita bisa pergi bareng, seperi ziarah itu, bisa dilakukan nanti misalnya ada kas yang sudah terkumpul bisa digunakan. |

Nama : Ibu Wasihatun Kumaidah

Jabatan : Nasabah BWM Almuna Berkah Mandiri

| No | **WAWANCARA DENGAN NASABAH** |
|---|---|
| 1 | P : apakah pekerjaan anda saat ini ?<br><br>J : ya, pengrajin batik. |
| 2 | P : sudah berapa lama menjadi nasabah di BWM ini ?<br><br>J :sudah berjalan tahun ke empat. |
| 3 | P : dari manakah anda mengetahui BWM ini ?<br><br>J : dulu pernah ada kunjungan dari OJK provinsi itu kesini bersama dengan Ibu Eni yang sebagai ketua Lembaga BWM yang ada di krapyak itu kesini, terus disamping lihat-lihat ke sorum potensi batik disini, juga banyak bertanya tentang pengrajin-pengrajin yang ada disini serta mengenal BWM itu. |
| 4 | P : apa yang melatar belakangi anda untuk bergabung menjadi nasabah di BWM ini ?<br><br>J : ya kita tertarik dengan BWM Al-Muna juga, karena disini sepertinya belum pernah ada yang seperti ini jadi, disamping itu kita juga sedikit, walaupun ada semacam untuk pinjaman sedikit itu kita juga diawali dari itu. |
| 5 | P : selama anda mengikuti halmi sudah ada pelatihan apa saja yang diikuti ?<br><br>J : suda ada pelatihan seperi desainer, pewarnaan alam, eco print, dan memanfaatkan kain-kain perca untuk dijadikan souvenir. |
| 6 | P : selama ada menjadi nasabah dan mengikut pelatihan, dari segi perekonomian perubahan apa saja yang dirasakan ?<br><br>J : perubahan kalau dari pelatihan kita tambah pengetahuan dan sedikit keterampilan kita juga bertamah, sedangkan dari segi perekonomian ya alhamdulillah ada peningkatan walapun tidak terlalu langsung menanjak banget. |
| 7 | P : selama ada menjadi nasabah dan mengikut pelatihan, dari segi social bermasyarakat, perubahan apa saja yang dirsasakan ?<br><br>J : yang dulunya individu-individu menonjol, sekarang sedikit demi sedikit perasaan individu itu ada berkurangnya, kita menuju ke kebersamaan gotong royong karena dengan adanya pinjaman yang system tadi, seperti |

| | |
|---|---|
| | tanggung renteng kita menjadikan kebersamaan antar kelompok pun mulai berguna. |
| 8 | P : selama ada menjadi nasabah dan mengikut pelatihan, perubahan daei segi religi (keagamaan) apa saja yang dirsakaan ?<br><br>J : kemudahan dari segi keagaam yang jelas yang dirasakan saat ini yang biasa di amalkan disini itu amaliya-amaliyah yang ada bacaan asmaul husna walaupun di tempat kami juga sudah biasa membaca asmaul husna tapi untuk kesempatan yang disini lebih banyak pesertanya. |
| 9 | P : apakah ada keigiatan social yang silakukan nasabah dalam rumpun ini ?<br><br>J : ada, pernah juga waktu ada bencana longsor kita dari kelompok BWM ini juga dari kelompok BWM Al- Muna sendiri memberi santunan walaupun sedikit untuk mengikat kebersamaan dan persaudaraan diantara anggota nasabah yang ada di BWM Al-muna ini. |
| 10 | P : apakah dengan adanya halmi ini, menurut anda pembiayaan yang dilakukan memudahkan atau sebaliknya ?<br><br>J : ya, memudahkan kita, karena pihak BWM itu yang datang ke sini sehingga lebih enak pelayananya, bisa terkoordinir waktu pencairan dan angsuran seperti ini, misalkan kita tidak bisa berangkat bisa dititipkan ke teman. |
| 11 | P : apakah anda juga menjalankan zakat, infaq, dan shodaqoh ?<br><br>J : ya, sedikit, karena tidak perlu di perlihatkan. |
| 12 | P :menurut anda apakah ada kekurangan dari kegiaan halmi ini ?<br><br>J : kalau yang selama ini tidak ada, tetapi yang saya rasakan secara pribadi, mungkin karena sedang pandemi untuk berkumpul seperti yang dulu, maksudnya berkumpul yang dilakukan sebelum masa pandemi ini sepertinya masih agak susah, tapi mungkin untuk kedepannya biar nanti ada semacam rancangan, untuk bagaimanna agar lebih rame lagi, dan semoga bisa seperti yang dilakukan kemaren dan juga harapan kita juga, pandemi sudah mulai berkurang atau paling tidak kestabilan dari kondisi yang seperti ini. |
| 13 | P : apakah ada keinginan (rancangan) dari anda, tentang kegiatan yang ingin diadakan dalam halmi ini ?<br><br>J : kita pernah ada rencana untuk berziarah Bersama-sama, itu sudah pernah dilaksanakan sekali, Cuma rencana tahun berikutnya karena sedang masa |

| | |
|---|---|
| | pandemi sehingga jadi kita berhenti, ada rencana untuk berziarah dulunya yang pertama ziarah itu diwali tiga daerah jawa tengah terus untuk berikutnya kita mungkin merencanakan berziarah di ulama-ulama yang didekat sekitar Yogyakarta terlebih dahulu nanti setelah itu bisa direncananakan diluar Yogyakarta. |

Nama : Ibu Sumini

Jabatan : Nasabah BWM Almuna Berkah Mandiri

| No | **WAWANCARA DENGAN NASABAH** |
|---|---|
| 1 | P : apakah pekerjaan anda saat ini ?<br><br>J : saat ini Cuma, mengamplas kayu. |
| 2 | P : sudah berapa lama menjadi nasabah di BWM ini ?<br><br>J : dua periode |
| 3 | P : dari manakah anda mengetahui BWM ini ?<br><br>J : dulu dari BWM sendiri sama OJK yang kesini itu info mereka darimana kurang tau, terus cari yang pengrajin-pengrajin kebetulan disini ada merajut dan memahat wayang sama souvenir. |
| 4 | P : apa yang melatar belakangi anda untuk bergabung menjadi nasabah di BWM ini ?<br><br>J : ya, suka sama kegiatan yang dari BWM itu, terutama ada pengajiannya, kan jarang ada pertemuan-pertemuan atau yang diisi pengajian, terus ilmu-ilmu yang didalam keagamaan itu sangat kita butuhkan dan kita banyak yang belum tau. |
| 5 | P : selama anda mengikuti halmi sudah ada pelatihan apa saja yang diikuti ?<br><br>J : berhubung kemaren kelompok kita masuk itu di dalam kondisi dan situasi yang tidak memungkinkan atau corona itu, jadi belum ada pelatihan-pelatihan yang di adakan, ini beberpa minggu baru mau memulai, mungkin besok dari BWM itu bisa dilaksanakan pelatihan. |

| | |
|---|---|
| 6 | P : selama ada menjadi nasabah dan mengikut pelatihan, dari segi perekonomian perubahan apa saja yang dirasakan ?<br><br>J : ya karena pelatihan belum dilaksanakan, tetapi kita dipinjami modal untuk usaha itu juga ada peningkatan, dari pinjaman modal itu yang kondisinya seperti ini, pandemi corona terus kia cari pekerjaan susah juga dengan adanya modal walaupun tidak seberapa tetapi bisa untuk modal jualan atau usaha yang lain sehingga sangat membantu. |
| 7 | P : selama ada menjadi nasabah dan mengikut pelatihan, dari segi social bermasyarakat, perubahan apa saja yang dirsasakan ?<br><br>J : mungkin kalau untuk masyarakat itu ada kegiatan apa, waktu kemaren itu pandemi terus ada yang banyak membutuhkan untuk makan atau apa itu dari hasil kita walaupun kita sangat membutuhkan walaupun hanya sedikit bisa berbagi sama orang tersebut. |
| 8 | P : selama ada menjadi nasabah dan mengikut pelatihan, perubahan daei segi religi (keagamaan) apa saja yang dirasakaan ?<br><br>J : banyak sekali, jadi kita yang belum tau apa yang bikin, terutama yang untuk ibadah, untuk shalat untuk wudhu, kita itu tau secara detail karena dari BWM itu di pengajian, diisi seperti itu dan lain-lain. Jadi kita lebih mengetahui mana yang harus kita lakukan dan mana yang tidak kita lakukan didalam mengerjakan ibadah itu sendiri. |
| 9 | P : apakah ada keigiatan social yang silakukan nasabah dalam rumpun ini ?<br><br>J : sementara karena anggotamya belum bisa di dalam pertemuan hadir semua, dalam beberapa minggu ini, sehingga kita belum mengadakan kegiatan apa yang akan dilakukan. |
| 10 | P : apakah dengan adanya halmi ini, menurut anda pembiayaan yang dilakukan memudahkan atau sebaliknya ?<br><br>J : sangat memudahkan dan sangat membantu kita semua terutama sebagai anggota BWM. |
| 11 | P : apakah anda juga menjalankan zakat, infaq, dan shodaqoh ?<br><br>J : insya allah iya. |
| 12 | P :menurut anda apakah ada kekurangan dari kegiaan halmi ini ?<br><br>J : mungkin permintaan saya sendiri, pertemuan itu kurang banyak dalam menyampaikan ilmu-ilmu mereka untuk kita, karena dibagi ke beberapa |

| | |
|---|---|
| | kelompok, itu kalau bisa nanti waktunya di tambah tetapi temen-temen bisa digabung walaupun itu Cuma dua kelompok antara sini dengan giriloyo, sehingga waktunya bisa sedikit lebih lama dan kita juga bisa bareng-bareng dan silaturahmi bertambah. |
| 13 | P : apakah ada keinginan (rancangan) dari anda, tentang kegiatan yang ingin diadakan dalam halmi ini ?<br><br>J : mungkin karena kita itu dibagian kerajinan, mungkin dibantu memasarkan juga boleh atau ide-ide bagusnya kalau dipemasaran diluar sana itu yang di tarik ini dan itu nanti dikasih solusi, dikasih gambaran supaya kita memproduksi itu baik dan tepat seperti mereka yang inginkan. |

Nama : Ibu Mufida

Jabatan : Nasabah BWM Almuna Berkah Mandiri

| No | **WAWANCARA DENGAN NASABAH** |
|---|---|
| 1 | P : apakah pekerjaan anda saat ini ?<br><br>J : membatik. |
| 2 | P : sudah berapa lama menjadi nasabah di BWM ini ?<br><br>J : dua tahun. |
| 3 | P : dari manakah anda mengetahui BWM ini ?<br><br>J : dari rekan atau saudara dari giriloyo. |
| 4 | P : apa yang melatar belakangi anda untuk bergabung menjadi nasabah di BWM ini ?<br><br>J : untuk menambah dan bisa meningkatkan kesejahteraan keluarga. |
| 5 | P : selama anda mengikuti halmi sudah ada pelatihan apa saja yang diikuti ?<br><br>J : kalau selama mengikuti halmi belum ada, tetapi sebelumnya itu ada pelatihan untuk rombongan batik, ada semacam pelatihan memasarkan batiknya. |
| 6 | P : selama ada menjadi nasabah dan mengikuti pelatihan, dari segi perekonomian perubahan apa saja yang dirasakan ? |

| | |
|---|---|
| | J : ya ada peningkatan dari pinjaman itu bisa untuk meningkatkan pendapatan keluarga. |
| 7 | P : selama ada menjadi nasabah dan mengikut pelatihan, dari segi social bermasyarakat, perubahan apa saja yang dirsasakan ?<br><br>J : ya mungkin bisa, membantu untuk gotong royong antar anggota. |
| 8 | P : selama ada menjadi nasabah dan mengikut pelatihan, perubahan dari segi religi (keagamaan) apa saja yang dirasakaan ?<br><br>J : bertambah pengetahuan dalam agama |
| 9 | P : apakah ada keigiatan social yang silakukan nasabah dalam rumpun ini ?<br><br>J : untuk selama ini belum ada. |
| 10 | P : apakah dengan adanya halmi ini, menurut anda pembiayaan yang dilakukan memudahkan atau sebaliknya ?<br><br>J : sangat memudahkan. |
| 11 | P : apakah anda juga menjalankan zakat, infaq, dan shodaqoh ?<br><br>J : insya allah. |
| 12 | P :menurut anda apakah ada kekurangan dari kegiaan halmi ini ?<br><br>J : belum ada kekurangan atau cukup. |
| 13 | P : apakah ada keinginan (rancangan) dari anda, tentang kegiatan yang ingin diadakan dalam halmi ini ?<br><br>J : ya mungkin ada keinginan untuk tukar antar kelompok batik atau ziarah atau apa itu ada, misalkan difasilitasi alhamdulillah. |

Nama : Ibu Hari Pangestu

Jabatan : Nasabah BWM Almuna Berkah Mandiri

| No | **WAWANCARA DENGAN NASABAH** |
|---|---|
| 1 | P : apakah pekerjaan anda saat ini ? |

| | |
|---|---|
| | J : saya ibu rumah tangga, tetapi punya usaha catering. |
| 2 | P : sudah berapa lama menjadi nasabah di BWM ini ?<br><br>J : berjalan sekitar 4 tahun. |
| 3 | P : dari manakah anda mengetahui BWM ini ?<br><br>J : dulu ada yang mengajak itu teman, terus kita berkumpul di pondok dan Bersama-sama di berikan penjelasan oleh pak wachid waktu itu. |
| 4 | P : apa yang melatar belakangi anda untuk bergabung menjadi nasabah di BWM ini ?<br><br>J : saya ingin mengembangkan usaha saya, yang tidak hanya satu jalur. Agar bisa berkembang, bisa menambah kesejahteraan keluarga saya. |
| 5 | P : selama anda mengikuti halmi sudah ada pelatihan apa saja yang diikuti ?<br><br>J : pelatihan tentang pemasaran, bagaiman kita memsasarkan produk usaha, terkadang kalau waktu ada pertemuan kita dianjurkan membawa produk usaha yang kita miliki untuk di pamerkan biasanya begitu. |
| 6 | P : selama anda menjadi nasabah dan mengikuti pelatihan, dari segi perekonomian perubahan apa saja yang dirasakan ?<br><br>J : yang jelas kita, dalam perubahan lebih meningkat walaupun sedikit, dan juga kita bisa memasarkan bagaiaman cara agar produk usaha itu bisa menghasilkan. |
| 7 | P : selama anda menjadi nasabah dan mengikuti pelatihan, dari segi social bermasyarakat, perubahan apa saja yang dirasasakan ?<br><br>J : senang karena kita berkumpul bersama dengan kelompok, kita bisa berdoa bersama dan juga membaca asmaul husna bersama, itu membuat hati kita lebih tentram dan senang sehingga kita dalam bekerja itu kita bisa lebih hati-hati dalam memulai, kita melakukan produksi barang usaha, dan bagaimana cara berdagang kita itu agar sesuai dengan agama. |
| 8 | P : selama anda menjadi nasabah dan mengikut pelatihan, perubahan daei segi religi (keagamaan) apa saja yang dirasakaan ?<br><br>J : kita tambah senang, tambah tentram karena kita untuk pertemuan saja ini selalu dibuka dengan membaca al-ftihah, dan juga ada penambahan materi, ada doa bersama, dan ada sedikit pencerahan yang didapat |

| | |
|---|---|
| 9 | P : apakah anda keigiatan social yang silakukan nasabah dalam rumpun ini ?<br><br>J : ya, ada doa bersama. |
| 10 | P : apakah dengan adanya halmi ini, menurut anda pembiayaan yang dilakukan memudahkan atau sebaliknya ?<br><br>J : memudahkan dan untuk kita bagaimana cara melakukan angsurnnya itu yang dirasakan sangat-sangat ringan, sehingga sangat membantu kita. |
| 11 | P : apakah anda juga menjalankan zakat, infaq, dan shodaqoh ?<br><br>J : alhamdulillah, insya allah. |
| 12 | P :menurut anda apakah ada kekurangan dari kegiaan halmi ini ?<br><br>J : kekurangan karena semasa pandemi ini, yang tadinya kita selalu hadir Bersama satu kelompok, tetapi karena pandemi ini kita jadi tidak boleh berkerumun dan jaga menjaga jarak sehinnga hanya melakukan angsuran saja dalam pertemuan halmi. |
| 13 | P : apakah ada keinginan (rancangan) dari anda, tentang kegiatan yang ingin diadakan dalam halmi ini ?<br><br>J : saya berharap, nanti ada perkembangan dan kemajuan agar lebih ditingkatkan lagi dari segi pelayanan, segi kegiatan untuk kepentigan nasabah agar kita bisa maju Bersama. |

Nama : Ibu Sri Windarsih

Jabatan : Nasabah BWM Almuna Berkah Mandiri

| No | **WAWANCARA DENGAN NASABAH** |
|---|---|
| 1 | P : apakah pekerjaan anda saat ini ?<br><br>J : berjualan di angkringan diwaktu sore sampai jam 22.00 malam |
| 2 | P : sudah berapa lama menjadi nasabah di BWM ini ?<br><br>J : berjalan sekitar empat kali pencairan |
| 3 | P : dari manakah anda mengetahui BWM ini ? |

| | |
|---|---|
| | J : dari tetangga dan teman, karena dulunya ada tetangga yang ikut di BWM terus diinformasikan kepada kita, sehingga kita juga ikut. |
| 4 | P : apa yang melatar belakangi anda untuk bergabung menjadi nasabah di BWM ini ?<br><br>J : ingin mengebangkan usaha. |
| 5 | P : selama anda mengikuti halmi sudah ada pelatihan apa saja yang diikuti ?<br><br>J : sementara belum ada. |
| 6 | P : selama anda menjadi nasabah dan mengikuti pelatihan, dari segi perekonomian perubahan apa saja yang dirasakan ?<br><br>J : ada tambahan pemasukan. |
| 7 | P : selama anda menjadi nasabah dan mengikut pelatihan, dari segi social bermasyarakat, perubahan apa saja yang dirsasakan ?<br><br>J : bertambah silaturahmi dan persaudaraan tambah. |
| 8 | P : selama anda menjadi nasabah dan mengikut pelatihan, perubahan dari segi religi (keagamaan) apa saja yang dirasakaan ?<br><br>J : ya mungkin lebih menjadi manusia yang lebih baik lagi dalam keimanan seseorang, dan bertambah pengetahuan tentang keagamaan. |
| 9 | P : apakah ada kegiatan social yang dilakukan nasabah dalam rumpun ini ?<br><br>J : ada, misalnya ada warga yang sakit kita besuk bareng-bareng, dan apabila ada yang meninggal kita silaturahmi dan tauziah Bersama-sama. |
| 10 | P : apakah dengan adanya halmi ini, menurut anda pembiayaan yang dilakukan memudahkan atau sebaliknya ?<br><br>J : memudahkan. |
| 11 | P : apakah anda juga menjalankan zakat, infaq, dan shodaqoh ?<br><br>J : infaq iya. |
| 12 | P :menurut anda apakah ada kekurangan dari kegiatan halmi ini ? |

| | |
|---|---|
| | J : saya rasa tidak ada. |
| 13 | P : apakah ada keinginan (rancangan) dari anda, tentang kegiatan yang ingin diadakan dalam halmi ini ?<br><br>J : ada, seperti contoh misalnya di halmi ini kita perlu pendampingan yang lebih dan juga pelatihan-pelatihan seperti semacam itu, agar pelatihan-pelatihannya bisa ditingkatkan karena kita belum pernah ikut pelatihan dari BWM. |

Nama : Ibu Atirah

Jabatan : Nasabah BWM Almuna Berkah Mandiri

| No | **WAWANCARA DENGAN NASABAH** |
|---|---|
| 1 | P : apakah pekerjaan anda saat ini ?<br><br>J : guru mengaji. |
| 2 | P : sudah berapa lama menjadi nasabah di BWM ini ?<br><br>J : tiga tahun. |
| 3 | P : dari manakah anda mengetahui BWM ini ?<br><br>J : dari pondok pesantren ini, karena lokasi rumah saya tidak jauh dari sini. |
| 4 | P : apa yang melatar belakangi anda untuk bergabung menjadi nasabah di BWM ini ?<br><br>J : menambah silaturahmi dengan teman-teman, menambah pengalaman, dan juga perekonomian tercukupi dari kebutuhan saya, serta bisa membantu anak saya untuk buka usaha. |
| 5 | P : selama anda mengikuti halmi sudah ada pelatihan apa saja yang diikuti ?<br><br>J : kalau pelatihan belum pernah, tetapi kalau kunjungan pernah, kunjugan di solo menghadiri hari batik nasional bersama bapak jokowi yang dilakukan sebelum masa pandemi seperti ini. |

| | |
|---|---|
| 6 | P : selama anda menjadi nasabah dan mengikuti pelatihan, dari segi perekonomian perubahan apa saja yang dirasakan ?<br><br>J : alhamdulliah, seperti bisa melunasi hutang-hutang dan mencukupi kebutuhan. |
| 7 | P : selama ada menjadi nasabah dan mengikuti pelatihan, dari segi social bermasyarakat, perubahan apa saja yang dirsasakan ?<br><br>J : banyak perubahannya, seperti perekonomian keluarga jadi terbantu, saya bertambah pengalaman juga, karena disini dan juga di dalam rumpun ini, bertambah ilmu agama, dan jua kalau ada keluarga yang sakit itu juga disantuni. |
| 8 | P : selama ada menjadi nasabah dan mengikuti pelatihan, perubahan dari segi religi (keagamaan) apa saja yang dirasakaan ?<br><br>J : alhamdulillah banyak masukan-masukan tentang hukum islam tentang keagamaan yang awalnya belum tau jadi tau. |
| 9 | P : apakah ada keigiatan social yang dilakukan nasabah dalam rumpun ini ?<br><br>J : kalau ada yang sedang sakit kita tengok. |
| 10 | P : apakah dengan adanya halmi ini, menurut anda pembiayaan yang dilakukan memudahkan atau sebaliknya ?<br><br>J : alhamdulillah memudahkaan. |
| 11 | P : apakah anda juga menjalankan zakat, infaq, dan shodaqoh ?<br><br>J : kalau zakat tidak karena harta yang dimiliki belum mencukupi untuk dizakati, kalau shadaqoh insya allah. |
| 12 | P :menurut anda apakah ada kekurangan dari kegiaan halmi ini ?<br><br>J : keinginan kami dan teman-teman itu dulu sebelum pandemi ingin berombongan berziarah tetapi belum terlaksana seperti ziarah ke makam-makam para wali atau wisata regili yang belum terlaksana. |
| 13 | P : apakah ada keinginan (rancangan) dari anda, tentang kegiatan yang ingin diadakan dalam halmi ini ?<br><br>J : yang belum terlaksana, karena keadaan kemarin masa pandemi jadi belum terlaksana, nanti in sya allah, apabila sudah tidak masa pandemi akan dibicarakan kembali. |

| | |
|---|---|

## B. Foto Hasil Wawancara



Foto dengan ketua pengurus




Foto dengan manager




Foto dengan SPV



Foto dengan nasabah 01



Foto dengan nasabah 02



Foto dengan nasabah 03



Foto dengan nasabah 04



Foto dengan nasabah 05



Foto dengan nasabah 06

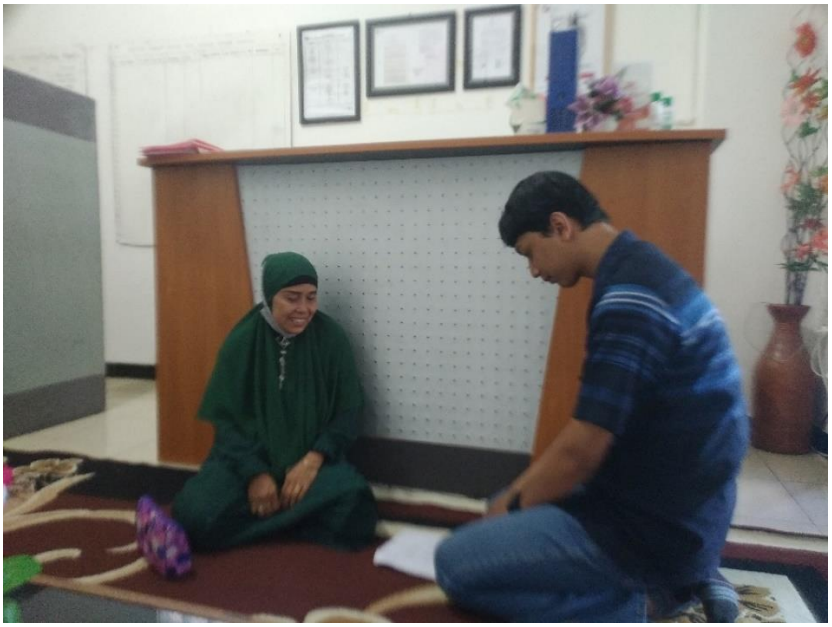
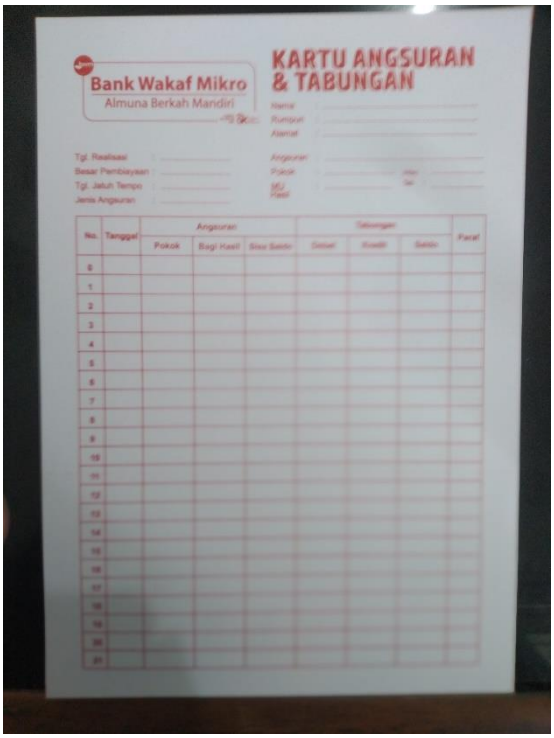


Foto dengan nasabah 07




Kartu angsuran

## BIOGRAFI PENULIS

Penulis bernama Toriq Anwari Putra Pratama, nama panggilan Toriq. Alamat rumah Toriq terletak di Ngasem Ngawinan, Jetis, Bandungan, Kab. Semarang, Jawa Tengah. Dia lahir di Kab. Semarang, 28 April 1997, dan merupakan anak pertama dari dua bersaudara, ayahnya bernama Nur Arifin dan ibunya bernama Titik Chomisah. Ayahnya adalah seorang Wiraswasta dan Ibunya adalah Pegawai Negeri Sipil. Toriq mempunyai adik laki-laki bernama Fahad Dhabit Arifin Putra. Pada saat berumur 5 tahun Toriq memulai pendidikan di jenjang TK Al-Hidayah Ngasem yang berada di Kec. Bandungan, Kab. Semarang, dan setelah tamat di bangku TK, kemudian melanjutkan di MI Nurul Anwar Jetis yang berada di Kec. Bandungam, Kab. Semarang, selesai pada tahun 2011 di jenjang MI dan mendapat Ijazah. Toriq melanjutkan ke jenjang selanjutnya di SMP, saat SMP Toriq bersekolah di SMP Islam Sudirman Sumowono yang berada di kabupaten semarang. Di SMP Toriq menimba ilmu selama 3 tahun, setelah 3 tahun tepatnya pada tahun 2013 Toriq menyelesaikan pendidikan di SMP dan Toriq mendapatkan ijazah SMP. Kemudian di lanjutkan kejenjang berikutnya yaitu di SMK. Toriq bersekolah di SMK Muhammadiyah Sumowono yang berada di kabupaten Semarang jurusan Teknik Otomotif Sepeda Motor selama 3 tahun, setelah 3 tahun tepatnya tahun 2015 Toriq menyelesaikan pendidikan SMK dan mendapatkan Ijasah SMK. Setelah lulus SMK Toriq melanjutkan kuliah di salah satu perguruan tinggi swasta di Yogyakarta yaitu

Universitas Islam Indonesia, Toriq mengambil jurusan S1 Ekoomi Islam hingga sekarang. Para pembaca bisa menghubungi di email: toriqputra21@gmail.com atau wa: 089504253355