

# **LAMPIRAN**

Nama : Ibu Lidya  
Alamat : Balerjo UH. 2 No. 507 B RT. 20 RW 06 Muja M  
Lama menjadi nasabah : 7 tahun  
No. Telepon : 087739216882  
Pembiayaan Untuk : Modal Usaha (Jasa Angkut)  
Hari/tanggal : Kamis, 28 Juli 2016  
Pukul : 11.00 WIB

1. Apakah marketing BMT BIF mengimplementasikan konsep pemasaran Islam sesuai dengan karakteristik syari'ah marketing?

Jawab : Iya. Ya karena dia tuh tidak mengenal adanya denda, saya kan harusnya kalau jatuh tempo biasanya kena denda tapi ini enggak.

2. Bagaimana bentuk implementasi konsep syari'ah marketing pada marketing BMT BIF?

Jawab : Baik, dia ramah, dia sabar menghadapi konsumen seperti saya. Sopan kepada nasabahnya. Dia baik, dia mengerti kondisi saya harus mundur kalau saya telepon, "Om, tolong kerumah ya" karena saya repot anaknya banyak jadi dia datang.

3. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah di BMT BIF?

Jawab : Kurang lebih 7 tahun.

4. Sudah berapa kali anda melakukan pembiayaan di BMT BIF?

Jawab : Sering. Diperpanjang terus, nanti kalau selesai tak ambil lagi ambil lagi dengan nominal plafonnya tinggi.

5. Apakah anda merekomendasikan BMT BIF kepada orang lain atau keluarga anda untuk melakukan pembiayaan di BMT BIF?

Jawab : Iya betul. Temennya ayahnya pas kemarin mau beli armada pake pembiayaan di BMT BIF. Sama adeknya juga.

6. Ketika anda melakukan pembiayaan di BMT BIF, apakah anda juga melakukan pembiayaan di BMT lain?

Jawab : Enggak. Enggak ada cuma di BMT BIF aja.

7. Apakah marketing BMT BIF selalu membantu anda dan menjelaskan secara detail mengenai produk-produk yang ada di BMT BIF?

Jawab : Iya. Tanpa ada bantuan marketing enggak mungkin saya bisa lancar kurang lebih 7 tahun sampai dengan sekarang. Kadang saya ditawarin mau umroh atau tidak, tapi untuk saat ini belum. Yang pasti ada informasi baru.

8. Apakah marketing BMT BIF memberikan kelonggaran apabila anda mengalami kesulitan dalam membayar ketika sudah jatuh tempo?

Jawab : Ya. Dia memberi solusi yang intinya dia memberikan solusi kalau saya belum bisa membayar walaupun sudah jatuh tempo. Dikasih batasan waktu, tapi walaupun belum dia tetep ngasih jangka lagi tapi dengan batas yang paling-paling maksimal buat saya kelonggarannya.

9. Apakah marketing BMT BIF selalu menanggapi setiap keluhan anda?

Jawab : Ya. Kalau saya bilang, “Mas Anto, trukku belum nyampe belum bayar.” Oh ya nggak papa bu. Besok atau lusa. Yaa. Dia baik.

10. Pernahkan anda terlambat dalam melakukan angsuran? Mengapa?

Jawab : Ya, karena memang saya didepan sudah bilang kalau saya bayar angsuran adanya diakhir bulan, karena kalau pertengahan bulan itu saya buat

perputaran modal lain untuk nyangon-nyangoni. Jadi saya pentokin akhir bulan sama mas anto.

11. Ketika anda terlambat dalam melakukan angsuran, bagaimana penanganan dari marketing BMT BIF?

Jawab : Ya. Kita dikasih solusi dulu dalam arti gini, andaikan saya jatuh tempo tanggal 30 dia sudah menyampaikan tanggal 26. Kapan bu? Oh iya om, saya kasih waktu 2 hari lagi. Setelah 2 hari lagi ternyata saya belum ada om besok aja ya om. Oh iya. Walaupun sudah malam hari om Anto dia mau datang kerumah saya untuk mengambil angsuran, karena kita sudah janji.

12. Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh marketing BMT BIF?

Jawab : Alhamdulillah selama ini puas, karena dia mau mengerti kondisi keuangan saya. Apa-apanya mas Anto udah tau, hafal betul dengan saya.

13. Apa harapan anda kedepannya untuk marketing BMT BIF dan untuk BMT BIF?

Jawab : Ya semoga mas Anto tetep awet di BMT BIF biar saya bisa utang lebih banyak, yang jelas biar semakin maju, semakin yaa ditingkatin lagi kinerjanya yang lain juga.

Nama : Bapak Sonny  
Alamat : Jl. Ki Mangun Sakuro  
Lama menjadi nasabah : 10 tahun  
No. Telepon : 0813292335996  
Pembiayaan Untuk : Modal Usaha (Rujak Es Krim Pakualaman)  
Hari/tanggal : Kamis, 28 Juli 2016  
Pukul : 10.00 WIB

1. Apakah marketing BMT BIF mengimplementasikan konsep pemasaran Islam sesuai dengan karakteristik syari'ah marketing?

Jawab : Iya menerapkan mbak.

2. Bagaimana bentuk implementasi konsep syari'ah marketing pada marketing BMT BIF?

Jawab : Masalahnya kan saya belum tau persis tentang marketing. Tapi sopan, rapih.

3. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah di BMT BIF?

Jawab : Sekitar 10 tahunan ya ada. Sebelum mas Anto kesini kan aku udah pertama kesini jadikan 10 tahunan.

4. Sudah berapa kali anda melakukan pembiayaan di BMT BIF?

Jawab : Banyak mbak. Ya saya lupa tho udah banyak.

5. Apakah anda merekomendasikan BMT BIF kepada orang lain atau keluarga anda untuk melakukan pembiayaan di BMT BIF?

Jawab : Ya pertama aku kan nyaran banyak lama-lama aku kan mengajak temen untuk istilahnya menyebutnya membiayai atau ikut-ikutlah. Jadikan lama terus jadi banyak sekali yang ngikut.

6. Ketika anda melakukan pembiayaan di BMT BIF, apakah anda juga melakukan pembiayaan di BMT lain?

Jawab : Belum mbak. Pertama ya disini. Dulu memang BRI pernah tapi kan udah ngambil gitu.

7. Apakah marketing BMT BIF selalu membantu anda dan menjelaskan secara detail mengenai produk-produk yang ada di BMT BIF?

Jawab : Yaa alhamdulillah mbak. Dadi sewaktu-waktu aku ki butuh biaya dana itu kan cepet, gampang gitu. Prosesnya cepet. Dijelasin cara-caranya gimana itu dijelasin prosedurnya caranya supaya aku tau.

8. Apakah marketing BMT BIF memberikan kelonggaran apabila anda mengalami kesulitan dalam membayar ketika sudah jatuh tempo?

Jawab : Ya ho'o. Ya memang memberi kelonggaran mbak, nggak papa gitu. Ya kalau istilahnya telat ini gampangnya 2 atau 3 hari nggak papa.

9. Apakah marketing BMT BIF selalu menanggapi setiap keluhan anda?

Jawab : Ya kalau menanggapi enggak sih. Kalau aku sendiri istilahnya kan setorannya lancar, nggak pernah menanggapi apa-apa.

10. Pernahkan anda terlambat dalam melakukan angsuran? Mengapa?

Jawab : Ya, karena memang saya didepan sudah bilang kalau saya bayar angsuran adanya diakhir bulan, karena kalau pertengahan bulan itu saya buat perputaran modal lain untuk nyangon-nyangoni. Jadi saya pentokin akhir bulan sama mas anto.

11. Ketika anda terlambat dalam melakukan angsuran, bagaimana penanganan dari marketing BMT BIF?

Jawab : Aku sendiri belomi. Belum pernah.

12. Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh marketing BMT BIF?

Jawab : Ya Alhamdulillah nek aku sendiri kan yo nyamanlah gitu jadi enak.

13. Apa harapan anda kedepannya untuk marketing BMT BIF dan untuk BMT BIF?

Jawab : Ya mudah-mudahan istilahnya BMT itu diberi kelancaran dan nasabahnya diberikan kesehatan, mudah-mudahan semuanya dari kantor pusat mudah-mudahan lancar sama saja.

Nama : Ibu Yenny  
Alamat : Jl. Gambiran UH. 5 No. 163 A  
Lama menjadi nasabah : 8 tahun  
No. Telepon : 087838631811  
Pembiayaan Untuk : Modal Usaha (Kost-Kostan)  
Hari/tanggal : Jum'at, 29 Juli 2016  
Pukul : 11.00 WIB

1. Apakah marketing BMT BIF mengimplementasikan konsep pemasaran Islam sesuai dengan karakteristik syari'ah marketing?

Jawab : Ya enak sih. Istilahnya cukup membantu, jadi misalnya kita memang butuh gitu lho, kita minta solusi gimana supaya dia ini bantulah.

2. Bagaimana bentuk implementasi konsep syari'ah marketing pada marketing BMT BIF?

Jawab : Ya sama sih. Kayak istilahnya prinsip-prinsipnya kayak gitu.

3. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah di BMT BIF?

Jawab : Berapa ya? Lumayan sih lumayan lama 8 tahun.

4. Sudah berapa kali anda melakukan pembiayaan di BMT BIF?

Jawab : Berapa kali ya? Sama mas Anto sendiri itu sudah sering.

5. Apakah anda merekomendasikan BMT BIF kepada orang lain atau keluarga anda untuk melakukan pembiayaan di BMT BIF?

Jawab : Ya paling sama saudara. Soalnya kalau sama temen kita nggak tau karena ngerekomendasiin kan harus liat-liat, nggak enak juga kan sama yang pemasarannya tau-tau udah kenal baik tapi kayak gitu.



6. Ketika anda melakukan pembiayaan di BMT BIF, apakah anda juga melakukan pembiayaan di BMT lain?

Jawab : Enggak. Cuma di BMT BIF aja.

7. Apakah marketing BMT BIF selalu membantu anda dan menjelaskan secara detail mengenai produk-produk yang ada di BMT BIF?

Jawab : Iya. Ngebantu. Apa lagi disaat-saat mendesak. Ya kadang-kadang dijelasin.

8. Apakah marketing BMT BIF memberikan kelonggaran apabila anda mengalami kesulitan dalam membayar ketika sudah jatuh tempo?

Jawab : Iya. Ditalangin dulu sama mas Anto hehe

9. Apakah marketing BMT BIF selalu menanggapi setiap keluhan anda?

Jawab : Ya menanggapi, kadang pake uangku dulu. Ya istilahnya kalau saya misalnya belum bisa ya diawal udah ngomong dulu kayak gitu. Jadi biar sama-sama enak.

10. Pernahkan anda terlambat dalam melakukan angsuran? Mengapa?

Jawab : Ya kadang-kadang. Sering sih. Transferannya belum dateng.

11. Ketika anda terlambat dalam melakukan angsuran, bagaimana penanganan dari marketing BMT BIF?

Jawab : Ya diberi kelonggaran. Biasanya saya ngomong bisanya tanggal sekian misalnya jatuh tempo tanggal 30, saya tanggal 25 nanti udah ngomong syukur-syukur kalau sebelum tanggal itu udah bisa ya saya kasih kayak gitu.

12. Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh marketing BMT BIF?

Jawab : Puas kalau apa yang di mau pas dapet, kalau enggak ya diusahain tapi ya Alhamdulillah puas sih.

13. Apa harapan anda kedepannya untuk marketing BMT BIF dan untuk BMT BIF?

Jawab : Harapannya semakin cepat dan semakin tinggi dapetnya, gaji mas Anto naik. Untuk BMT nya ya semakin maju lagi, makin banyak nasabahnya, semakin memuaskan pelayanannya.

Nama : Ibu Wahyu Darmasih  
Alamat : Jl. Dipowinatan  
Lama menjadi nasabah : 7 tahun  
No. Telepon : 085643465419  
Pembiayaan Untuk : Modal Usaha (Kerajinan Tas)  
Hari/tanggal : Jum'at, 29 Juli 2016  
Pukul : 14.00 WIB

1. Apakah marketing BMT BIF mengimplementasikan konsep pemasaran Islam sesuai dengan karakteristik syari'ah marketing?

Jawab : Yang saya tau selama ini ya he'e, nggak ada masalah sih.

2. Bagaimana bentuk implementasi konsep syari'ah marketing pada marketing BMT BIF?

Jawab : Lebih banyak membantu sih, semuanya dimudahkan sih nggak papa nggak pernah ada masalah dari awal. Soalnya selama ini kan masih kerjasama sampai saat ini.

3. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah di BMT BIF?

Jawab : Sebelum mas Anto jadi karyawan deh udah lama sekitar 7 tahunan.

4. Sudah berapa kali anda melakukan pembiayaan di BMT BIF?

Jawab : Sering. 7 tahun itu udah nggak bisa di itung wong nggak pernah putus sih 7 tahun. Selesai ngajukan lagi jadi udah nggak bisa dihitung.

5. Apakah anda merekomendasikan BMT BIF kepada orang lain atau keluarga anda untuk melakukan pembiayaan di BMT BIF?

Jawab : Ya. Ya kalau membutuhkan ya Ibu kasih saran nanti biar disurvei sendiri sama marketingnya, kan Ibu cuma ngasih saran aja ngasih itu aja.

6. Ketika anda melakukan pembiayaan di BMT BIF, apakah anda juga melakukan pembiayaan di BMT lain?

Jawab : Ada sih. Bank negeri sih bank pemerintah Bank BRI.

7. Apakah marketing BMT BIF selalu membantu anda dan menjelaskan secara detail mengenai produk-produk yang ada di BMT BIF?

Jawab : Ya selama ini masih kerjasama tentunya masih saling membutuhkan. Kalau awal-awal dulu iya tapi untuk sekarang udah sering, jadi Ibu juga sudah tau prosedurnya kan udah tau gimana, udah tinggal nerusin aja. Pas awal-awal dulu aja.

8. Apakah marketing BMT BIF memberikan kelonggaran apabila anda mengalami kesulitan dalam membayar ketika sudah jatuh tempo?

Jawab : Sering dimaklumi nggak papa, nanti terserah Ibu aja.

9. Apakah marketing BMT BIF selalu menanggapi setiap keluhan anda?

Jawab : Nyantai wae. Disuruh nyantai wae. Disamping sama marketingnya juga udah kaya saudara sendiri sih apa-apa udah nggak dibebani banget, nggak terlalu membebani, nggak terlalu merepotkan sih.

10. Pernahkan anda terlambat dalam melakukan angsuran? Mengapa?

Jawab : Pernah. Tentunya pernah ya selama 7 tahun mesti pernah ya. Banyak sih alesannya, lupa juga pernah, pas barengan juga pernah.

11. Ketika anda terlambat dalam melakukan angsuran, bagaimana penanganan dari marketing BMT BIF?

Jawab : Ya bisa dimaklumi.

12. Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh marketing BMT BIF?

Jawab : Piye yo? Iyalah soalnya semua permohonan kan ya selalu dipenuhi, jadi ya puas aja.

13. Apa harapan anda kedepannya untuk marketing BMT BIF dan untuk BMT BIF?

Jawab : Ya mungkin kalau sama Ibu ya nggak bermasalah ya, tapi nggak tau kalau sama nasabah yang lain. Apa mungkin kita sudah terlalu dekat, ya gimana cuma pesennya lebih di .. kalau baik udah baik e. Kalau untuk BMT nya lebih baik melayani nasabah, lebih mendukung terutama mendukung kewirausahaan. Ini kan memerlukan banget untuk kucuran dana, jadi saling kerjasama. Yang penting itu sih sebetulnya sama-sama terbantu sih. Kalau kita tertib syari'ahnya juga lancarkan, bisa untuk perputaran keuangannya, bisa enak jadi untuk butuh kapan-kapan kan dipermudah, lancar gitu aja.

Nama : Ibu Padmi  
Alamat : Ndarakan RT. 13 RW. 13  
Lama menjadi nasabah : 10 tahun  
No. Telepon : 087839329695  
Pembiayaan Untuk : Modal Usaha (Laundry)  
Hari/tanggal : Jum'at, 29 Juli 2016  
Pukul : 11.00 WIB

1. Apakah marketing BMT BIF mengimplementasikan konsep pemasaran Islam sesuai dengan karakteristik syari'ah marketing?

Jawab : Menerapkan

2. Bagaimana bentuk implementasi konsep syari'ah marketing pada marketing BMT BIF?

Jawab : Ya sopan, ramah, jujur, terus merendah hati dan juga dapat dipercaya.

3. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah di BMT BIF?

Jawab : Udah lama. Kurang lebih 10 tahun.

4. Sudah berapa kali anda melakukan pembiayaan di BMT BIF?

Jawab : Udah lama. Udah berapa kali ya? Lupa. Sampai sertifikatku aja tidur disana nggak pernah dirumah. Besok insya allah sertifikatnya saya ambil nggak lanjut terus yang dilanjut BPKB aja. Aku punya dua nama, anakku sama aku.

5. Apakah anda merekomendasikan BMT BIF kepada orang lain atau keluarga anda untuk melakukan pembiayaan di BMT BIF?

Jawab : Ya ngasih tau. Banyak yang titip sama saya kok pake pinjaman BPKB.

6. Ketika anda melakukan pembiayaan di BMT BIF, apakah anda juga melakukan pembiayaan di BMT lain?

Jawab : Enggak pernah.

7. Apakah marketing BMT BIF selalu membantu anda dan menjelaskan secara detail mengenai produk-produk yang ada di BMT BIF?

Jawab : Kalau lagi nggak ada uang ya bisa mundur, membantu membantu sekali. Ya ngebantu belum ada angsuran ya besok aja, kalau udah tak sms baru diambil terus angsuran diambil, terus mau cair dianter kerumah. Produknya opo? Nggak pernah tau aku. Cuma simpan pinjam, pembiayaan syari'ah.

8. Apakah marketing BMT BIF memberikan kelonggaran apabila anda mengalami kesulitan dalam membayar ketika sudah jatuh tempo?

Jawab : Ya memberi kelonggaran, santai kok. Nggak ada batasan waktu, sampai punya uang baru diambil. Santai banget.

9. Apakah marketing BMT BIF selalu menanggapi setiap keluhan anda?

Jawab : Ya cuma ngeluh aku nggak punya duit. Terus piye? Ya sesok nek ada duit ngono.

10. Pernahkan anda terlambat dalam melakukan angsuran? Mengapa?

Jawab : Pernah. Ya belum ada duit. Kalau udah ada ya langsung tak sms langsung ambil.

11. Ketika anda terlambat dalam melakukan angsuran, bagaimana penanganan dari marketing BMT BIF?

Jawab : Ya nggak papa cuma iya gitu. Belum ada duit om. Kapan bu angsurannya? Rung ono duit. Yo. Gitu aja. Pokoke santai.

12. Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh marketing BMT BIF?

Jawab : Puas. Ya pokoknya santai, enak, antar jemput duitte nggak resiko dijalan.

13. Apa harapan anda kedepannya untuk marketing BMT BIF dan untuk BMT BIF?

Jawab : Ya moga-moga aja sehat, tetep kerja. Buat BMT semoga sukses, jaya selamanya terus melayani nasabah dengan slow, kalau perlu nggak usah nyaur.



Nama : Ibu Siti Ludiyati  
Alamat : Jl. Surokarsan MG. 2 No. 306  
Lama menjadi nasabah : 6 tahun  
No. Telepon : 082138314691  
Pembiayaan Untuk : Modal Usaha (Pastel)  
Hari/tanggal : Selasa, 2 Agustus 2016  
Pukul : 11.30 WIB

1. Apakah marketing BMT BIF mengimplementasikan konsep pemasaran Islam sesuai dengan karakteristik syari'ah marketing?

Jawab : Sesuai.

2. Bagaimana bentuk implementasi konsep syari'ah marketing pada marketing BMT BIF?

Jawab : Ya selama ini jujur. Soalnya kan sudah lama juga.

3. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah di BMT BIF?

Jawab : Kurang lebih 6 tahun.

4. Sudah berapa kali anda melakukan pembiayaan di BMT BIF?

Jawab : Sudah sering.

5. Apakah anda merekomendasikan BMT BIF kepada orang lain atau keluarga anda untuk melakukan pembiayaan di BMT BIF?

Jawab : Oh ada juga temen, tapi ya cuman tau aja belum ngambil belum pinjem.

6. Ketika anda melakukan pembiayaan di BMT BIF, apakah anda juga melakukan pembiayaan di BMT lain?

Jawab : Enggak. Kalau bank iya, kalau di BMT di BIF aja.

7. Apakah marketing BMT BIF selalu membantu anda dan menjelaskan secara detail mengenai produk-produk yang ada di BMT BIF?

Jawab : Kalau awal itu iya. Ya bantuannya memperlancar, tinggal mau pinjem berapa gitu aja.

8. Apakah marketing BMT BIF memberikan kelonggaran apabila anda mengalami kesulitan dalam membayar ketika sudah jatuh tempo?

Jawab : Iya memberikan kelonggaran. Misalnya 1 hari 2 hari gitu kalau belum ada uang. Nggak lama juga.

9. Apakah marketing BMT BIF selalu menanggapi setiap keluhan anda?

Jawab : Iya. Biasanya ngasih saran, maklum sih.

10. Pernahkan anda terlambat dalam melakukan angsuran? Mengapa?

Jawab : Ya pernah. Ya karena belum kumpul aja uangnya. Kadang-kadang sudah kumpul buat bayar sekolah, yang penting-penting.

11. Ketika anda terlambat dalam melakukan angsuran, bagaimana penanganan dari marketing BMT BIF?

Jawab : Ya biasanya ngasih saran sih.

12. Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh marketing BMT BIF?

Jawab : Ya puas. Ya karena nggak timbal balik. Pas kita perlu ada.

13. Apa harapan anda kedepannya untuk marketing BMT BIF dan untuk BMT BIF?

Jawab : Ya bisa kalo kredit lagi bisa lebih banyak dan kalo bisa 2 tahun jangan setahun.

Nama : Bapak Surya Mahardika  
Alamat : Jl. Perintis Kemerdekaan, Gambiran  
Lama menjadi nasabah : 10 tahun  
No. Telepon : -  
Pembiayaan Untuk : Modal Usaha (Gypsum dan Angkringan)  
Hari/tanggal : Selasa, 2 Agustus 2016  
Pukul : 13.00 WIB

1. Apakah marketing BMT BIF mengimplementasikan konsep pemasaran Islam sesuai dengan karakteristik syari'ah marketing?

Jawab : Iya.

2. Bagaimana bentuk implementasi konsep syari'ah marketing pada marketing BMT BIF?

Jawab : Saya tau pas waktunya shalat ya itu berhenti dulu. Saya tau persis. Lainnya nggak tau, nek masalah Islam dia rajin ke masjid. Saya tau sendiri bukannya saya mengada-ada. Kalau sopan saya sudah langganan 5 tahun, bahkan mungkin 10 tahunan lebih. Kalau dari BMT nggak ada yang macem-macem. Saya senengnya cara menanganinya. Biarpun saya nggak masalah bunga atau gimana, jadi kalau saya nggak punya nyicil segini ya pak ya bisa asal ada uang. Kan saya juga punya perasaan sama yang nagih gitu. Jadi saya langganan sama BMT apalagi mas Anto ini mungkin sudah 15 tahunan. Saling percaya. Mungkinkan sudah tau rumah saya disini. Silaturahmiya juga sering. Mesti itu, kalok nggak silaturahmi mungkin nggak seperti ini. Kadang-kadang malah kalok ngga ada mungkin padu atau gimana. Wong saya sering kerumahnya dia juga, udah kaya keluarga sendiri. Makanya kalok ada apa-apa

kesini aja. Ya mempermudah daripada yang lain kan nggak tau asal mulanya kaya gimana.

3. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah di BMT BIF?

Jawab : Kurang lebih 15 tahun.

4. Sudah berapa kali anda melakukan pembiayaan di BMT BIF?

Jawab : Sering mbak.

5. Apakah anda merekomendasikan BMT BIF kepada orang lain atau keluarga anda untuk melakukan pembiayaan di BMT BIF?

Jawab : Iya. Istri saya ikut juga. Tetangga juga ada yang pinjem. Menyarankan daripada ini ada yang mudah, terus syarat-syaratnya juga nggak rewel, sek penting ada tanggungan ya jadi gitu. Temen saya juga ikut juga.

6. Ketika anda melakukan pembiayaan di BMT BIF, apakah anda juga melakukan pembiayaan di BMT lain?

Jawab : Enggak. Malahan saya nggak pinjem sama yang lain, cuma di BMT BIF aja.

7. Apakah marketing BMT BIF selalu membantu anda dan menjelaskan secara detail mengenai produk-produk yang ada di BMT BIF?

Jawab : Ya membantu. Kalok ngga membantu ya nggak pinjem tho yo. Enggak saya nggak tau sama produk-produk apa nggak tau. Cuman saya yang pinjem ya pinjem.

8. Apakah marketing BMT BIF memberikan kelonggaran apabila anda mengalami kesulitan dalam membayar ketika sudah jatuh tempo?

Jawab : Iya. Ada kadang-kadang saya nggak tepat waktu ya tanggal gini mas saya bisanya tanggal segini. Ya kadang-kadang agak humor, nggak punya tapi saya mbayar gitu lho.

9. Apakah marketing BMT BIF selalu menanggapi setiap keluhan anda?

Jawab : Ya kadang-kadangnya. Wong ya kalok mau pinjem lagi ya besok aja. Kadang-kadang mau dibuat apa itu ka nada keluhan, nek nggak ada apa-apa ya diundur gitu kan tau sendiri. Wong saya ya pernah libur 1 bulan nggak papa, sek penting besok lunas. Biarpun mengukur jangka waktu. Kadang 1 tahun ada yang 13 bulan. Kemarin ya 13 bulan, tapi nggak papa. Asal saya lunas nggak lari gitu kan enak, daripada yang enggak bayar tapi kalau ditagih ada ngebentak-bentak kan enakya pasti.

10. Pernahkan anda terlambat dalam melakukan angsuran? Mengapa?

Jawab : Ya pernah. Ya karena belum kumpul aja uangnya.

11. Ketika anda terlambat dalam melakukan angsuran, bagaimana penanganan dari marketing BMT BIF?

Jawab : Ya biasanya ngasih saran sih.

12. Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh marketing BMT BIF?

Jawab : Ya puas. Soalnya ya daripada yang lain, tempatnya juga deket sini terus dia tau rumah saya, tiap hari kan main daripada yang dulu-dulu kan enak. Jadi kalo saya nggak tau dia juga taulah keadaan saya.

13. Apa harapan anda kedepannya untuk marketing BMT BIF dan untuk BMT BIF?

Jawab : Ya harapannya ya supaya dipermudah aja segala masalah, saya kalau mau pinjem ya daripada yang lain agak dibedakanlah agak diringankan. Untuk BMT kemungkinan BMT dimana-mana ada tho. Saya kira BMT juga diperluas tho.

## Wawancara dengan Kepala Bagian Pembiayaan

Nama : Bapak Taufik

Hari/tanggal : Kamis, 28 Juli 2016

Pukul : 09.00 WIB

1. Apakah di BMT BIF mengimplementasikan konsep pemasaran Islam sesuai dengan karakteristik syari'ah marketing?

Jawab : Insya allah ya kalau memang di BMT BIF, syari'ah marketing sudah kita tanamkan walaupun hasilnya belum apa ya belum sempurna. Artinya tiap tahun ke tahun kita selalu ada pembenahan-pembenahan, khususnya untuk kesyari'ahan apalagi untuk marketing, karena marketing ini ujung tombak dari BMT BIF.

2. Apa yang melatarbelakangi adanya konsep syari'ah marketing di BMT BIF?

Jawab : Saya rasa sangat penting ya. Memang pembeda antara BMT dengan lembaga yang lain terletak disisi konsep syari'ah ini, karena memang pengawasan yang mungkin tidak seketat lembaga-lembaga lain. Ya kita harus bina bagaimana dia, kepercayaan dia, kejujuran dia, kemudian keyakinan dia terhadap bahwa dia bekerja disini untuk apa, ya menolonglah itu niat utamanya kembali ke allah tolong-menolong.

3. Bagaimana bentuk implementasi konsep syari'ah marketing di BMT BIF?

Jawab : Untuk konsep syari'ah marketing di BMT BIF hampir semuanya sudah dilaksanakan untuk menguatkan itu, bahkan tiap 3 bulan sekali ada pelatihan-pelatihan untuk pelatihan bagaimana akhlaknya, bagaimana untuk

kemampuannya, kemudian pengajian rutin ini yang tujuannya untuk meningkatkan kekuatan imannya bagaimana, dia bekerja itu untuk beribadah kepada allah walaupun disisi lain ada hal-hal lain seperti mungkin gaji atau lain-lain tapi yang paling penting itu tadi, kita kembalikan bahwa kita di BMT BIF ini bertujuan untuk menolong dan kembali lagi kepada allah. Untuk itu maksudnya sudah kita terapkan semua walaupun masih banyak hal-hal yang mungkin belum sempurna. Dari tiap tahun itu kita pasti menemukan hal kecurangan yang dilakukan oleh temen-temen, karena memang imannya kurang kuat kemudian akhlaknya memang juga perlu kaitannya diperbaiki, karena memang akhlak sangat penting ya mbak. Memang kita mencari nasabah, kemudian kita mencari orang nabung, kita mencari orang hutang itu kan yang paling penting dari BMT itulah marketing. Jadi memang marketing itu bisa dipercaya, marketing itu penampilannya juga menggambarkan ke BMT-annya, ya insya allah dia akan tertarik gitu.

4. Apa saja kendala dalam melaksanakan konsep syari'ah marketing?

Jawab : Kendalanya sih karena itu semua ya konsep syari'ah marketing itu kan kembali ke diri mereka masing-masing gitu lho. Kalau kita sebatas mengingatkan, kemudian sebatas membuat peraturan, tapi kan pelaksanaan itu kan mereka yang menentukan, mereka yang melakukan, karena memang dari awal kalau konsep kita mencari karyawan itu yang bener-bener bisa dijaga kejujurannya, yang paling penting kalau menurut saya tentang konsep syari'ah untuk BMT BIF itu ya memang sudah seringlah, hampir tidaknya di BMT BIF, tapi semua BMT kan kendala utamanya ini, kalau kita nggak bisa



mencari orang yang seperti ini ya lama kelamaan BMT ini akan semakin turun, tidak majulah gitu.

5. Apakah seluruh karyawan khususnya bagi marketing mengimplementasikan karakteristik dalam syari'ah marketing?

Jawab : Harusnya seperti itu. Sebatas pengawasan kita yang bisa kita lihat, bisa kita nilai tapi kan kadang pengawasan kita yang kurang, mungkin kalau di kantor seperti ini tapi ntar diluar seperti itu, bahkan kasus-kasus penipuan atas nama ktp fiktif itu kan banyak sekali, itu diluar pengawasan kita harapannya ya semua marketing seperti itu bisa mengimplementasikan konsep syari'ah ini.

6. Apa konsekuensi ketika marketing tidak berlaku jujur dan tidak amanah terhadap angsuran nasabah?

Jawab : Kepercayaan ya kepercayaan masyarakat sudah akan hilang, memang modal utama BMT itu kan kepercayaan. Tapi itu tadi ketika kita nabung harian, tiap hari titip 10rb, 20rb, tapi ketika sekali terjadi kesalahan nasabah akan sudah tidak percaya lagi dan itu *problem* umum semua BMT seperti itu. Awalnya memang kalau dibanding dengan yang lain memang pengawasan kita kurang, jadi memang kunci utama dari BMT itu kan kepercayaan, dan memang harus kita jaga jangan sampai kita mengurangi kepercayaan para anggota gitu. Konsekuensi ya nanti lama kelamaan daya saing kita berkurang. Konsekuensi untuk marketingnya tegas mbak. Apa lagi kalau di BMT BIF mulai 2013 itu kita sudah bekerjasama dengan kepolisian juga dan memang kalau dulu apa namanya SP 1, SP 2, SP 3, kemudian nanti akhirnya pemotongan gaji, ada yang dikeluarkan. Tapi kalau mulai dari 2013

ini kita sudah bekerjasama dengan polisi nek kira-kira itu merugikan masyarakat, merugikan kantor ya walaupun dia tega ya kita harus tega. Itu efek jera yang paling kuat itu saya fikir. Ya karena memang selama ini banyak kejadian seperti itu tapi entah itu yang kurang pengawasan kita atau apa masih juga terjadi di tahun-tahun berikutnya. Insya allah setelah tahun 2013 ini berkurang ya kesalahan-kesalahan temen-temen, kemudian penyimpangan-penyimpangan temen-temen berkurang itu tadi kita sudah bekerjasama dengan kepolisian yang berwajib.

7. Bagaimana pengaruh implementasi syari'ah marketing terhadap BMT BIF dan nasabah?

Jawab : Pengaruhnya besar sekali ya mbak. Karena memang ini modal kita untuk menarik kepercayaan para masyarakat. Karena memang kalau kita asal-asalan dengan seperti marketing atau mungkin lembaga-lembaga lain ya jadi diri kita nggak keliatan gitu. Konsep syari'ah ini yang membedakan kita dengan marketing yang lain. Yo wes bedolah. Mungkin seko penampilan, seko mungkin tutur katanya dan lain sebagainya. Karena memang kalau selama ini yang menjadi *problem* di masyarakat kan BMT dengan lembaga lain itu hampir tidak keliatan perbedaannya, podo-podo meng nyilihke dit, nagih, dan lain-lain. Padahal kan konsep-konsep syari'ah yang ditanamkan di BMT itu kan banyak dan besar, dan tugas utama dari marketing itu juga kan seperti itu, mendakwahkan, menyiarkan konsep-konsep syari'ah itu. Jadi kalok diluar itu kan ngertine BMT ki yo meng ngutangke, njupuki tabungan, dan

lain sebagainya. Padahal disitu banyak konsep-konsep banyak nilai-nilailah tentang kesyari'ahan.

8. Adakah nasabah dari non-muslim yang termasuk sebagai bentuk implementasi konsep syari'ah marketing?

Jawab : Ada. Bahkan lumayan banyak sih anggota non-muslim yang bekerjasama dengan kita gitu ya. Ini juga sangat wujud implementasi syari'ah marketing, karena memang yang saya ucapkan diawal tadi dari niat kita walaupun itu non Islam, walaupun itu dari suku mana, walaupun itu dari daerah mana kalau dia membutuhkan ya memang kewajiban kita harus kita tolong gitu ya. Nggak ada batasannya, syukur-syukur kalau konsep dakwah kita lewat BMT ini berjalan syukur-syukur nek dia butuh kita kemudian dia kita dekati terus kita kelola terus akhirnya dia mau ikut kita kan nilai plus tho, nilai dakwahnya juga tersampaikan lewat BMT gitu.

9. Strategi apa yang digunakan BMT BIF dalam menghadapi persaingan terhadap BMT-BMT lainnya, padahal diketahui banyak sekali BMT di kota Yogyakarta?

Jawab : Ya Alhamdulillah kalau BMT BIF itu kalok sekarang kita bicarakan dengan persaingan di Jogja cukup dikenal ya. Tapi kalok kita lihat dari perkembangan BMT-BMT yang lain itu perkembangannya juga luar biasa. Banyak sekali BMT yang lahir, banyak sekali BMT yang peningkatannya juga luar biasa. Beberapa tahun yang lalu BMT itu BMT BIF itu stak, artinya adapun kenaikan dari sisi laba, dari sisi pendapatan itu cuma sedikit. Mulai dari tahun 2014 kita canangkan program-program jangan 5 tahun, bagaimana

kita bersaing dengan BMT lain. Yang pertama ya kita ada pelatihan khusus untuk para karyawan gitu. Jadi tiap 3 bulan sekali kita *upgrad* kemampuan temen-temen, pelatihan di admin, pelatihan marketing, bahkan pelatihan tentang nilai-nilai kesyari'ahan gitu ya. Karena memang kalau kita nggak seperti itu kita hanya bersaing dengan BMT hanya sebatas okeh-okehan asset misal, okeh-okehan nek nyalurke pembiayaan. Padahal kita juga perlu bersaing dari sisi syari'ahnya gitu. Ya walaupun nanti kalah dalam hal asset tapi kita tetep kedepan dalam syari'ah, jangan sampai kekuatan syari'ahnya itu hilang di BMT BIF.

10. Strategi apa saja yang digunakan BMT BIF agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan?

Jawab : Strateginya ya sebelumnya konsepnya sama. Strateginya kalok BMT itu jemput bola itu ya mbak yang membedakan dengan lembaga lain. Kemudian pendampingan, artinya ya kedekatan karyawan marketing BMT itu sendiri dengan nasabah itu kan luar biasa, itu strateginya seperti itu. Jadi ketika nanti kita bisa megang satu orang dengan kedekatan yang luar biasa otomatis orang yang kita dekati itu jadi marketing kita mencarikan saudaranya, tetangganya, dan lain sebagainya, loyal dan kekeluargaan. Strategi yang klasik sih tapi sangat apa ya? Sangat mujarablah.

11. Strategi apa yang digunakan oleh BMT BIF agar karyawan khususnya marketing agar tidak masuk ke dalam hal-hal yang dapat merugikan nasabah?

Jawab : Ini juga masalah klasik artinya yang memang pengawasan kita yang kurang sebenarnya. Dan ini untuk strateginya di BMT BIF ya kita

bermuhasabah artinya seperti di akad-akad itu, kan selama ini akad itu jarang dibaca oleh nasabah, marketingnya juga jarang membacakan, nah contohnya itu. Padahal di akad disampaikan nanti kalok dalam jangka waktu 5 bulan tidak mengembalikan itu kan ada penarikan jaminan, kemudian bayar pokok didepan semua dan paling puncaknya di BMT BIF itu kan kita ada tim remedial, kolektorlah kalau di lembaga lain, tapi kalau bahasanya syari'ah nggeh remedial itu lebih halus. Agar tidak ada penyimpangan tidak ada kecurangan dari marketing itu ya kita ubah konsepnya. Kalau dulu yang paling sering terjadi itu kan pembiayaan fiktif, artinya nama ini dipake olehnya gitu. Dan mulai 2014 ini kita rubah pencairan itu ya beda orang, ada tim sendiri tim khusus pencairan. Kemudian tiap marketing itu diawasi oleh kabag langsung, artinya setiap ada setoran masuk itu kita cocokan dengan buku. Kalau bukunya disana ditulis 20rb tapi masuknya disini 10rb itu kan langsung bisa kita kontrollah, kita tegasi walaupun anu mbak sebenarnya sulit sih, hampir semua BMT tuh yang dirasakan sama ketika ketoke ki yo wonge apik, ketoke yo wonge ki sopan, jujur, tapi pada dasarnya ini karena uang memang ya siapa saja makanya kta pengawasannya kita perketat mbak itu tadi. Setiap pencairan kita perketat, kemudian uang yang setoran yang masuk itu juga kita awasi langsung gitu untuk meminimalisirlah terjadi kesalahan.

12. Bagaimana penanganan dari BMT BIF ketika mendapati nasabah yang macet dalam jumlah pembiayaan besar?

Jawab : Pembiayaan besar di BIF itu kan 200jt ya maksimalnya. Kalo itu kan sudah berbadan hokum. Setiap pencairan diatas 20jt itu kan harus notaries,

artinya notaris itu penyambung lidah kita dengan hokum gitu ya. Nek jaminan itu diikat suatu saat ketika ada nasabah yang besar macet, secara kekeluargaan sudah enggak bisa lagi, entah itu bank, pertanian, dan sebagainya. Ya itu tadi kita tarik anggunannya, tapi secara syari'ah secara kekeluargaan harus ada kesepakatan bersama gitu. Mungkin bisa untuk perbandingan, berbeda dengan lembaga-lembaga lain, mungkin *leasing* atau sebagainya dia sampe ndelek-ndelekke mungkin dengan contoh mobil didelek-delekké, tapi tetep dicari tanpa kesepatan orang itu tadi. Tapi kalo kita ya tetep harus walaupun itu udah milik kita secara akad tapi kalau yang punya anggunannya itu kurang tidak setuju ya tetep tidak. Bagaimana caranya agar podo-podo untung gitu ya. Kita juga tidak rugi, pemilik atau peminjam juga tidak rugi, artinya ikhlas untuk mengasih jaminan. Pendekatanlah intinya pendekatan.

13. Bagaimana penanganan dari BMT BIF ketika mendapati nasabah yang macet dalam jumlah pembiayaan kecil?

Jawab : Kalau rata-rata di BIF itu 2,5jt itu rata-ratanya yang pembiayaan paling banyak di BIF itu. Sebenarnya konsepnya sama dengan yang tadi pembiayaan besar, tapi kan bedanya kalau di BIF itu pembiayaan yang dianggap kecil tadi ya 2,5jt tanpa jaminan. Sebetulnya ini anu mbak lebih berbahaya daripada tadi yang sedikit tapi besar tur akhire macet. Itu kan tapi ada jaminannya artinya kita masih punya harapan, tapi kalau yang ini kan tidak ada jaminan gitu. Ha nek ngeneki wes macet yo mumet mbak. Artinya memang dulu awalnya memang kepercayaan gitu ya, artinya mulai 500rb, kemudian lancar naik 1jt sampe 2,5jt tanpa jaminan. Kalau itu macet ya cara

kita pendekatan itu lagi, kekeluargaan itu tadi. Kita tanyakan, kita damping, kendalanya apa tho sebenarnya kok nggak bisa ngangsur lagi gitu. Mungkin anu mas pemasaran usahaku kurang, kita bantu kita cari solusi piye carane memasarke gitu. Bahkan saking kekeluargaannya di BMT BIF ini 2,5jt misal ya ini cuma contoh aja perbulannya 200rb perbulannya itu angsuran ketika dia memang mungkin sedang turun sedang bangkrut kemudian modalnya kurang berapapun kita terima. Itu bentuk asalkan kita telaten. Yang penting bayar dan kita telateni mbak. Kan biasanya marketing BMT itu kalau wes mengangsuranne sitik mbendino moro itu kan kadang males, padahal itu yang paling penting kita damping seperti itu. Artinya kita dampingi teruslah, tiap hari ngasih 1000, 5rb ya nggak papa, kita akumulasi nanti ditotal itu berapa terus kemudian kita masukkan pokok, kalau orang macet seperti itu kan sudah tidak diwajibkan bagi hasil, tidak diwajibkan untuk jasanya. Ya intinya kekeluargaan mbak, kemudian rutin kita datang, kita dekati, kita kawallah usahanya itu agar nanti ya tetep komunikasinya tetep ada walaupun kita lebih menghargai ketika dia macet dia tidak mampu bayar tapi masih ada komunikasi gitu lho. Iki lho mas usahaku lagi ngene mas, iki butuhku okeh banget gitu kan walaupun dia tidak ngasih tapi kan itu yang positif tho. Artinya ada juga yang diparani terus ra gelem nemoni, endi sing mlayu, endi sing ndelik, dan lain sebagainya. Itu pentingnya komunikasi dan kekeluargaan.

14. Apakah syari'ah marketing merupakan keunggulan dari BMT BIF?

Jawab : Insya allah iya. Karena memang BMT ini kan terdiri dari individu-individu dan kalau kita setiap individu itu memahami konsep syari'ah

marketing itu kan dari satu kemudian semuanya melaksanakan konsep itu kan imbasnya ke BMT tho mbak. Ya itu memang harus dan keunggulan kita disitu. Kita selalu berbenah agar semua lini baik itu admin, baik itu marketing, baik itu manager, baik itu kabag, faham akan konsep itu, karena itu modal kita. Dan setiap tahun kita *upgread* dan selalu kita asah bagaimana akhlaknya, bagaimana kejujurannya, bagaimana penampilannya, itu setiap bulanlah paling ada evaluasi. Banyak dulu masukan-masukan contohnya laporan dari nasabah dari masyarakat. Kae karyawanne BIF ketoke seragame muslim-muslim tapi kok neng njobo udud mungkin, nek ngomong ya seperti ini, masukan-masukan seperti itu selalu kita terima dan setiap bulan selalu evaluasi untuk akad konsep syari'ah marketing selalu ada di BIF dan lebih bagus tiap waktunya gitu.

15. Apa harapan bapak melihat kinerja marketing kedepan dalam memuaskan nasabah?

Jawab : Harapannya besar ya, karena memang marketing adalah ujung tombaknya untuk memuaskannya ya. Artinya gini tidak hanya sebatas nasabah itu tau BIF tapi harapannya itu tadi kedekatan dengan marketing itu lebih, artinya kalau kita punya kedekatan lebih dengan nasabah itu kan berarti dia merasa puas dengan kinerja kita gitu. Karena memang kekeluargaan kemudian kedekatan itu modal kita. Nek awake dewe ora meng njupuk contohnya mungkin walaupun marketing itu kan super kerjanya memang luar biasa tapi kadang-kadang kita ngambil tabungan, ngambil angsuran meng langsung jupuk terus pergi gitu kan. Ibaratnya sama aja dengan lembaga lain gitu.



Harapannya ya kita lebih dekat artinya lebih faham dengan para nasabah. Taulah nek ditakoni kae usahanya. Ada juga marketing punya nasabah loyal sudah lama tapi nggak tau usahanya dia tuh apa nggak tau. Karena memang yo nek teko meng njupuk, intinya ajalah meng njupuk terus lungo. Ya seperti itu kan mungkin beberapa orang menganggap itu plecitra. Ngekei duit terus lungo. Harapan saya pada marketing faham lah tau tentang masyarakat mikro usaha mikro, karena nanti kalau ketika itu kita mencairkan kita nggak tau usahanya, ketika macet itu kan kita juga bingung juga tho. Kalau kita tau usahanya kemudian pernah deket nasabah itu langsung *sharring* dengan kita. Artinya kekeluargaan tadi, dekat dengan masyarakat itu harapan saya pada marketing.

## Wawancara dengan salah satu Marketing

Nama : Mas Paryanto

Hari/tanggal : Selasa, 2 Agustus 2016

Pukul : 15.00 WIB

### 1. Apakah anda mengetahui konsep syari'ah marketing?

Jawab : Alhamdulillah selama ini yang saya ketahui konsep syari'ah marketing ya yang pertama dari individu orangnya itu kan yang jelas muslim. Kedua bagaimana kita melihat dari individunya itu sebagai orang muslim dia taat enggak, yang ketiga tentang syari'ah marketingnya ya dia itu melakukan nilai-nilai syari'ah sesuai lembaganya itu ya karena konsepnya di BIF itu kan syari'ah, jadikan sesuai dengan syari'ah Islam. Ya aturan Islam itu kan pertama pada jasanya itu tidak boleh riba, kalau tujuannya didirikannya BMT di Indonesia itu memerangi riba. Nah itu salah satu tujuan utamanya dan untuk memerangi istilahnya kalau orang dulu itu rentenir kalau sekarang biasanya orang menyebutnya bank batak. Nah itu secara kelembagaan yang saya ketahui kaya gitu.

### 2. Apa saja bentuk syari'ah marketing yang anda terapkan?

Jawab : Tadi sudah tak jawab. Pertama individunya, kedua yang saya terapkan itu syari'ah sesuai dengan syari'ah Islam sebagaimana yang telah dicontohkan oleh Nabi kita ya Nabi Muhammad SAW itu kan menerapkan, dia itu kan salah satu orang yang sangat istimewa. Dia menerapkan system syari'ah sejak jaman dulu ya. Dia kan orang yang sangat bisa dipercaya, sifat-sifat Nabi

siddiq, amanah, fatonah, tabliq, itu kan harus ada pada diri setiap marketing. Insya allah berusaha menerapkan seperti itu. Dan kalo udah waktunya shalat ya shalat dilanjut nanti lagi muternya, karna kan memang shalat itu udah kewajiban kita ya mbak sebagai seorang muslim dan dari BMT BIF sendiri juga dianjurkan untuk shalat dhuha, pelatihan-pelatihan. Ada pengajian rutin mingguan dan pengajian rutin bulanan.

3. Bagaimana pengaruh implementasi syari'ah marketing terhadap BMT BIF dan nasabah?

Jawab : Pada dasarnya BMT kan aturannya tetep kaya gitu, ada SOP nya di BMT BIF itu. Bagaimana seorang marketing harus memberikan pelayanan yang istimewa kepada anggota, kalau BMT BIF itu kan menyebut nasabah itu anggota baik nasabah peminjam maupun yang menabung dengan menggunakan nilai-nilai syari'ah. Ya Alhamdulillah selama ini ya nasabahku ini banyak yang suka dengan pelayanan yang saya lakukan. Terbukti kan mereka tetep setia pada saya. Pada dasarnya kan mereka itu memandang pada diri pribadi marketingnya dulu. Nah kan ada sebagian yang belum tau tentang BMT apa, itu yang penting dia kenal dengan marketingnya dulu dia sudah percaya. Saya terapkan kan sesuai dengan SOP di BMT BIF. Yang jelas yang pertama setiap ada nasabah saya jelaskan ini produk-produk kami kaya gini dan yang membedakan produk kami dengan bank umum adalah tempat kami terus terang enggak ada bunga, adanya jasa bagi hasil. Dan di tempat kami tuh kalau saya ya tidak melakukan denda, baik itu telat 1 hari 2 hari sampai 1 bulan pun enggak tak denda. Kalau dari BMT nya sendiri iya menerapkan

denda. Walaupun dalam akad itu kan ada tertulis kalau nggak 3 bulan berturut-turut itu dikenakan denda. Pada dasarnya nanti pada harinya itu juga nggak dikenakan denda, paling kalau emang udah bener-bener macet-cet itu kan nanti ditagih terus diselesaikan dengan kekeluargaan tho. Dia maunya gimana kalau emang jaminannya mau ditarik yo udah ditarik, nanti terus dijual, nanti kalau ada lebihnya kan dikasih ke anggota, kalau kurang ya anggota nambahi kaya gitu sistemnya di BMT BIF. Lebih kepada kekeluargaan dan untuk saat ini saya belum pernah. Dan saat ini kalau emang bener-bener macet infaq seikhlasnya mereka. Ketika ada pembiayaan macet dalam jumlah besar ya dikaruhke kalau kata pak manager, tetep didatangi, ditanyai kesanggupannya kapan. Yang pertama kan silaturahmi kan, kemudian dibikinkan form tentang kesanggupan nanti misalnya sanggupnya bulan depan tanggal sekian, nanti kita datangi lagi, kalau belum sanggup lagi kalau emang bener-bener enggak bisa yaudah kita buat kesepakatan jaminannya mau dibawa ke kantor dulu atau mau di lelang, nanti kan ada surat penarikan jaminan. Lebih pada kekeluargaan tidak seperti bank-bank atau *leasing* itu kan lebih tegas, bahkan ada bagian khusus yang menangani kaya gitu tentang kredit bermasalah.

4. Adakah nasabah dari non muslim yang termasuk sebagai bentuk implementasi konsep syari'ah marketing?

Jawab : Yang saya tangani ada tapi sebagian kecil. Penanganannya ya sama. Ini kan saya ambil sebagai syiar tho. Ini kan dengan bank konven, anunya kan syari'ah Islam. Kalau sudah terjadi kesepakatan kan dia tandatangan di akad

itu, kalau di konven kan biasanya udah tertera disini bunganya sekian, kalau ditempat kami kalau yang baru pertama nanti kan dikasih tau istilahnya kalau ditempat kami dia mau buat apa buat tambah modal atau mau beli ini-ini-ini udah. Nanti dibikinkan akad nanti keuntungan untuk BMT berapa. Kalau dia setuju yaudah selama meminjam dikasih keuntungan sekian nanti dibayar berapa kali

5. Apa saja kendala dalam melaksanakan konsep syari'ah marketing?

Jawab : Orang awam itu taunya BMT itu satu. Jadi semua BMT itu satu kaya bank satu BRI itu. Padahal BMT kan beda-beda dan nanti kalo BMT bermasalah semua kena imbasnya tetep kena. Pikirannya kan BMT itu satu kaya BNI kaya BI lah istilahnya. Padahal kan BMT macem-macem dan manajemennya sendiri-sendiri. Kedua mungkin kalau di BMT jasanya untuk BMT kan *flate*, maksudnya sama enggak kaya di bank konven. Ya Alhamdulillah selama ini anggotaku tetep setia terus. Mungkin karena kedekatan emosional marketingnya itu ya yang dilapangan itu mereka lebih seneng ketemu orangnya langsung tho. Dan fleksibilitas jemput bola satu, terus kitapun tidak menerapkan denda gitu kan, artinya syari'ahnya lebih kena, terus administrasi cuma dibayar diawal cuma pas mau jadi anggota.

6. Ketika terdapat nasabah baru yang ingin mengajukan pembiayaan di BMT BIF, apakah anda menjelaskan secara detail kepada nasabah mengenai produk-produk yang ada di BMT BIF?

Jawab : Oh jelas no. Harus wajib itu. Kita tanya dulu jadi nasabah apa, biasanya tak Tanya dulu mau pinjem atau nabung, kalau nabung nanti kan

mau yang berjangka atau yang biasa atau yang tabungan haji. Nah itu kan ada macem-macam produknya. Nah kalau yang pinjaman nanti kan dia mau buat apa nanti kan beda-beda, murabahah, ijarah, kaya-kaya gitu.

7. Ketika nasabah complain mengenai suatu produk ataupun pelayanan anda yang kurang memuaskan, bagaimana anda menyikapinya?

Jawab : Berusaha menjelaskan pada mereka, system kami SOP nya kaya gini, produk kami itu kaya gini. Dan itu merupakan satu yang membedakan dengan bank-bank lain. Kalau emang kurang memuaskan ya kita mohon maaf, mungkin itu kan sebagai bentuk kritik bagi kami agar lebih bisa lagi sebagai pelayan masyarakat. Karena pada dasarnya tujuan ekonomi syari'ah itu ya berjuang dijalan allah lewat ekonomi syari'ah. Yang biasanya dicomplain mungkin hadiah yang kurang gede, nasabah tabungan kan biasanya ada undian berhadiah. Kalau yang pembiayaan jasanya terlalu besar, kadang dibandingkan dengan BRI kan tetep kecilan bank konven yang besar-besar kalau diukur secara perbulan kan tetep bunganya murahan disana.

8. Bagaimana penanganan anda ketika mendapati nasabah yang macet dalam jumlah pembiayaan besar?

Jawab : Ya didatangi, silaturahmi terus ditagih. Kalau yang besar tetep ujung-ujungnya kan kalau emang deklok dari kebutuhan ya kita buat kesepakatan. Kan dalam SOP nya dalam akadnya sudah ada persetujuan yang sudah ditandatangani tentang kalau seumpama ada masalah atau kredit macet jaminan ditarik. Dan itu juga dilakukan secara kekeluargaan, jadi kan sama-sama enak tidak asal main tarik pake jasa depkolektor.

9. Bagaimana penanganan anda ketika mendapati nasabah yang macet dalam jumlah pembiayaan kecil?

Jawab : Ya sama.

10. Strategi apa yang anda gunakan dalam menghadapi persaingan terhadap marketing BMT-BMT lainnya, padahal diketahui banyak sekali BMT di kota Yogyakarta?

Jawab : Lebih fleksibel. Lebih kenal dengan anggotanya, jadi kan lebih kenal dengan nasabahnya. Jadi tempat kami itu kalau nasabahnya ada apa-apa ya kita tau kita berusaha untuk ngaruhkelah, ngabarke, terus nanti kan terjadi kedekatan emosional yang lebih tho dan mereka pun akan loyal.

11. Strategi apa saja yang anda gunakan agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang anda berikan?

Jawab : Kita harus memberikan pelayanan yang extra, walaupun malam hari udah janjiin ya tetep jalan, walaupun bukan jam kerja kita tetep. Kan kadang ada nasabah yang siangnya kerja baru bisa nyantai malam, ada yang nasabahnya pengen dijemput dirumah ya datang main kerumah, ada yang minta ketemuan dimana ya kaya gitu. Kita fleksibel dan mereka Alhamdulillah senang dengan system kita yang kaya gitu. Ada yang dititipkan itu juga nggak papa, yang penting kan jelas nanti. Nanti kan kita kasih kuitansinya udah enak.

12. Strategi apa yang anda gunakan agar anda tidak terperosok ke dalam hal-hal yang dapat merugikan nasabah?

Jawab : Yang jelas itu kan pada individunya pertama itu penting. Iman dan ketaqwaannya individu marketingnya itu penting, kalau imannya kuat insya

allah tidak bakalan kaya gitu. Jadi kalau imannya udah kuat kita kan marketing dilapangan bawa uang istilahnya berapa juga aja cuma dibawa, mau nggandain slip juga bisa wong yang nulis juga kita. Itu tergantung individunya masing-masing. Kalau imannya udah kuat tidak akan kaya gitu. Alhamdulillah selama ini ya enggaklah.

13. Apakah syari'ah marketing merupakan keunggulan dari BMT BIF?

Jawab : Ya Alhamdulillah untuk saat ini ya saling melengkapi ya. Untuk individu marketingnya sendiri kan istilahnya salah satu modal utama untuk pendekatan dengan para nasabah. Banyak nasabah tau marketingnya aja, tapi enggak tau tempat kantornya gitu. Itu salah satu. Dan mereka tuh awalnya tetep para marketing itu mengunggul-unggulkan nilai syari'ahnya. Kita beda dengan konven kaya gitu. Kedua SOP nya BMT kan tetep syari'ah.

14. Apa harapan anda untuk BMT BIF kedepannya?

Jawab : Tetep lancar terus, maju jaya terus, selalu berkembang dan orang-orang yang didalamnya tercukupi semua.



Wawancara dengan Pakar Pemasaran

(Dosen/Kaprodi Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta)

Nama : Bapak Syarif As'ad

Hari/tanggal : Rabu, 10 Agustus 2016

Pukul : 10.00 WIB

1. Menurut bapak, sejauhmana marketing mempengaruhi kinerja BMT/perusahaan?

Jawab : Marketing syari'ah dalam karakteristiknya membangun ekonomi Islam karena dalam perekonomian di Indonesia ini mungkin dilihat dari bagaimana marketing mempengaruhi kinerja BMT ini sangat vital sekali, bahwasannya sebagai sebuah lembaga keuangan yang bergerak di dalam kegiatan pemasaran jasa terutama, bukan suatu hal yang mudah memasarkan jasa itu tidak kita bayangkan bagaimana memasarkan produk diperusahaan-perusahaan manufaktur, sehingga dibutuhkan strategi yang tepat, strategi yang efektif, ya tentu mampu menyesuaikan dengan kondisi masyarakat di Indonesia. Karena ini BMT mungkin karakteristiknya juga akan sedikit berbeda antara lembaga keuangan syari'ah mikro dengan seperti bank yang mereka lebih besar lebih luas jangkauannya, maka BMT juga memiliki karakteristik yang berbeda didalam pemasaran, karena pendekatan yang dilakukan ya memang harus dan seringkali menyesuaikan betul dengan pasar mereka siapa. Jadi kalau mereka bermain di tingkat aman ya didiklah pasar-

pasar potensial yang itu adalah pasarnya BMT. Nah ini sekali lagi catatannya bahwa kan BMT atau pemasaran lembaga mikro syariah ya mereka harus menggunakan strategi mereka didalam masuk kedalam ditengah-tengah masyarakat didikan mereka. Sehingga ini sangat berpengaruh, tapi kalau mereka tidak punya konsep ya mereka akan sangat tertindas katakanlah ya tergilas oleh marketer-marketer ataupun konsep marketing lembaga-lembaga jasa yang lain terutama dalam industry keuangan syariah.

2. Menurut bapak, sejauhmana syariah marketing mempengaruhi kinerja BMT/perusahaan?

Jawab : Oh sangat signifikan. BMT yang tidak menggunakan secara syariah, BMT kok sama aja menggunakan rentenir misalnya, itu kan artinya kalau kita tidak menggunakan marketing syariah ya apa bedanya dengan konvensional dengan para ijon-ijon itu atau dengan rentenir-rentenir itu, sehingga bagi masyarakat saat ini butuh identitas secara permanen bahwa BMT syariah itu menggunakan prinsip secara jelas-jelas berbeda sehingga masyarakat harus tau, sehingga ini pengaruhnya masyarakat akan lebih percaya, masyarakat akan lebih seneng, lebih loyal, lebih akan meningkatkan interaksinya dengan perbankan syariah ketika bagi mereka masyarakat muslim di Indonesia ini terutama masyarakat yang sudah apa ya kalau dilihat dalam karakteristiknya ini sudah berfikir secara universal.

3. Menurut bapak, apa yang melatarbelakangi adanya konsep syari'ah marketing di BMT?

Jawab : Yang melatarbelakangi saya kira kalau mereka tuh mengaku dirinya sebagai lembaga keuangan syari'ah ya mereka sudah sejak awal komitmen mendirikan, komitmen menggunakan system syari'ah yaitu didasari atas mereka adalah sekumpulan ataupun sekelompok orang yang mengatasnamakan masyarakat muslim yang ingin betul-betul menggantikan ataupun ingin menegakkan syari'ah Islam melalui peran di lembaga keuangan syari'ah ini, jadi itu dilihat dari segi keberadaan secara manajerial dari kelompok masyarakat tadi. Dilihat dari kebutuhan, sebenarnya bukan hanya kebutuhan saja individu mereka yang mengurus tapi kemudian orang lain yang juga membutuhkan sarana prasarana infrastruktur didalam lembaga keuangan syari'ah ternyata juga banyak, maka munculnya BMT didasari atas kebutuhan-kebutuhan masyarakat ekonomi terhadap perkembangan ekonomi, peningkatan kesejahteraan, maka peluang ini menjadi muncul. Kenapa enggak? Masyarakat sekarang butuh lho. Lembaga mikro yang mampu menunjukkan eksistensinya tanpa harus menggunakan cara-cara yang terlarang, makanya kalau munculnya lembaga-lembaga mikro yang saat ini banyak kita jumpai misalnya koperasi. Koperasi iya sifatnya sebenarnya kalau secara umum koperasi itu tolong menolong, jadi dilihat dari implementasinya perjalanannya ini seringkali mereka mengadopsi cara-cara yang tidak dibenarkan, misalnya ya urunan-urunan, iuran-iuran, tapi kemudian ketika orang mau pinjem, ya mereka secara sepihak tidak ditawari, pokoknya dari

sekian pinjaman sekian, bunganya sekian. Jadi kalau kita lihat koperasipun banyak versi, termasuk ada koperasi syari'ah, ada koperasi yang non syari'ah, karena implementasinya atau secara manejerial kelembagaan mereka menggunakan system pengelolaan yang berbeda berbasis riba dan berbasis syari'ah. Ini yang melatarbelakangi.

4. Bagaimana seharusnya cara kerja seorang marketer yang menerapkan prinsip syari'ah?

Jawab : Ya mereka harus punya domain yang jelas dulu. Kemampuan yang teruji dulu. Kalau mereka adalah orang-orang yang teruji yang secara pemahaman, baik pemahaman intelektual akademis, ataupun praktis, mereka betul-betul memahami dia tidak hanya sekedar kita butuh pengetahuan tentang teorinya seperti apa, tapi ketika pengalaman dilapangan praktik dan sebagainya seseorang ini belum memahami, maka dibutuhkan orang-orang marketing itu ya orang-orang yang berpengalaman artinya memahami bagaimana kebutuhan pemasaran dilapangan ya kebutuhan masyarakat terhadap daya tawar perbankan yang betul-betul saya butuhkan. Masyarakat membutuhkan apa? Sehingga marketing ini bisa mendidik pasar yang potensial untuk dijadikan sebagai pangsa pasarnya tadi. Jadi kalau marketing syari'ah itu ya harus faham dulu bagaimana rasulullah itu menjadi seorang marketing, bagaimana islam mengarahkan orang muslim betul-betul bisa menawarkan dengan informasi yang benar, jangan sampe mereka kemudian sama halnya dengan bahasa-bahasa umumnya menjual kucing dalam karung. Yang dijualnya mungkin apa yang dijualnya, seperti apa dia menjualnya.

Seperti ini sudah diatur, sehingga itu semua perlu dipahami oleh seorang marketing dalam rangka bagaimana memberikan informasi yang seterbuka-bukanya, apa yang dijualnya, mekanisme apa yang akan digunakan, kemudian bagaimana kemanfaatan atau maslahahan, apa yang ditransaksikan dan barang yang ditransaksikannya itu.

5. Menurut bapak, sejauhmana BMT menggunakan konsep syari'ah marketing?

Jawab : Saya kira sudah cukup banyak ya, BMT itu sudah cukup banyak yang mereka sudah mulai membangun diri, membenahi diri, walaupun mungkin diawal tahun 2000-an BMT ya yang penting berdiri, kemudian dengan berkembangnya banyak perbankan syari'ah lembaga keuangan syari'ah, mereka mau tidak mau harus berbenah diri, instropeksi dan evaluasi diri. Saya sebagai lembaga keuangan syari'ah mikro, saya harus bagaimana? Sudah sampe saat ini ya buktinya banyak BMT-BMT yang mengembangkan diri, ya artinya kepercayaan masyarakat terhadap BMT sudah memulai cukup bagus, mereka membuka jaringan dimana-mana, mereka lebih suka kalau bank mereka ya harusnya memiliki jaringan, ini ya bisnis jaringan dan dakwah jaringan ini menjadi efektif dalam rangka kita membangun masyarakat memenuhi kebutuhan masyarakat meningkatkan derajat, martabat melalui peningkatan kesejahteraan tadi. Ini artinya sekarang BMT di Indonesia sudah cukup dipercaya, walaupun ya sebagian tetep didasari atas dasar mereka ya yang penting berdiri, tidak jarang BMT-BMT yang berdiri tidak lama kemudian ternyata tutup, BMT asal berdiri ternyata pengelolanya yang curang,

pengelolanya yang melarikan modal dan sebagainya. Ini suatu hal yang memang tidak bisa kita pungkiri, tetep ada hal-hal seperti itu.

6. Menurut bapak, sejauhmana marketing menggunakan konsep syari'ah marketing?

Jawab : Munculnya banyak lembaga pendidikan, saya kira ini sangat membantu para marketing. Ya walaupun sekarang masih cukup variatif, BMT itu tidak selalu harus mereka menguasai ilmu ekonomi syari'ah atau ilmu ekonomi perbankan syari'ah, kadang juga banyak mereka yang berlatarbelakang non syari'ah, katakanlah bukan ekonomi perbankan syari'ah, bisa dari pertanian, bisa dari teknik, bisa dari ilmu budaya, segala macam itu kan, karena ini dilihat dari profesi ini siapapun bisa. Kan kadang juga tidak selalu butuh teorinya tapi bagaimana pengalamannya juga, maka kalau seorang marketer itu kembali pada mereka punya kemampuan ya secara spesifik terhadap marketing itu akan jauh lebih mumpuni saya kira, terlebih mereka punya pengalaman. Pengalaman didalam bagaimana mereka memiliki strategi hadir ditengah-tengah masyarakat bagaimana mereka memasarkan produk-produknya tanpa harus mempertimbangkan hal-hal atau resiko-resiko yang kemudian harus dihadapinya, 2 hal itu. Kemudian tidak kalah penting bahwa mereka yang memiliki keyakinan terkait dengan tablig, dakwah, bahwa ini adalah bagian dari tugas setiap individu untuk menginformasikan, untuk mengajak orang lain bahwa ini adalah lembaga yang tanpa harus berdampak jangka panjang dunia ataupun akhirat, karena kita bebas riba, karena kita bebas gharar, maisir, dan sebagainya. Makanya di Indonesia ada ditengah-

tengah kita BMT ini sekarang juga sudah punya strategi yang mungkin mirip-mirip bank, tapi kemudian ya okelah karena mereka juga saya kira kapasitasnya saat ini untuk marketer itu kan marketer marketing bank dengan marketing BMT saya kira mereka mendidik pasar yang tidak jauh berbeda, mesti mereka terutama diputaran keuangan perputaran uang dipasarlah, dipusat perkotaanlah, dipusat-pusat bisnislah. Nah ini mereka sudah tidak bisa membedakan diri, wong sekarang orang yang terjun kepasar katakanlah orang bank dengan orang BMT pakaiannya sama, cara senyumnya juga sama, nagih dan sebagainya, ketika mereka harus menghimpun dana misalnya tabungan dan seterusnya itu juga dengan cara yang tidak jauh berbeda, cuman sekali lagi bagaimana strategi yang efektif dan sebagainya ini sudah cukup banyak dimiliki oleh praktisi-praktisi ditingkat *micro finance* BMT dan sebagainya gitu.

7. Menurut bapak, sejauhmana BMT BIF menggunakan konsep syari'ah marketing?

Jawab : Se jauh komunikasi mungkin ya salah satunya klo Pak Ridwan sering memang dengan saya, Pak Saifu pernah saya temui mungkin ya terlepas dari teknis yang mereka lakukan. Saya kira perkembangan BIF sejauh ini artinya mereka punya modal yang cukup dilihat dari segi pengalaman. Klo modal cukup itu kan tidak hanya modal financial aja tapi modal pengalaman mereka memasarkan lembaga ini memasarkan BMT nya saya kira dengan terus berkembangnya lembaga BIF ini cukup bagus klo saya lihat, karena di semua kabupaten di jogja sudah ada, di gunung kidul, di sleman, di kulon progo, di

kota lebih-lebih, bantul, saya kira dengan kemampuan modal yang sudah dimiliki mereka, pengalaman yang begitu lama yang dimiliki oleh BIF saya kira ini modal yang cukup kuat secara komunikasi. Jadi infrastruktur pemasaran yang dibuat oleh BIF saya kira sudah cukup mapan sudah cukup kuat. Masyarakat pun yang melihat dimana ada jaringan bank, jaringan BMT, jaringan lembaga keuangan yang semakin banyak, mereka akan semakin percaya. Kadang mereka percaya aja tanpa melihat BIF itu kaya apa. Wah ini kantornya dimana-mana, sehingga seakan-akan sudah ukuran banyaknya, kalau segi kuantitas itu udah cukup besar. Mereka dengan sendirinya udahlah saya memilih BIF saja, artinya kalau ini diarahkan lebih kepada bagaimana loyalitas nasabah itu. Ukurannya sangat sederhana sekarang, kita bisa melihat orang itu puas atau tidak itu wong belum nabung aja itu sudah yakin duluan, jadi antara keyakinan seseorang dengan puas itu artinya loncatan yang begitu cepat dipenuhi untuk dikatakan nasabah ini loyal ya karena tadi, bagi masyarakat sudah tidak ada keraguan lagi. Bagi orang-orang seperti ini biasanya kalau didalam konsep pemasaran dia lebih universal, dia sudah wes pokoknya saya punya penghasilan yang baik ya saya harus simpan ditempat yang baik. Tapi ketika dia juga mendapatkan bisnis saya bisnis halal harus dapatkan modal atau suntikan permodalannya dari lembaga yang halal juga. Dimana dia akan memilih lembaga itu? Mereka tentu akan memilih lembaga yang terpercaya. Siapa lembaga terpercaya itu? Mereka lembaga yang memiliki kepercayaan yang paling tinggi, disitu. Nah maka siapa lembaga-lembaga yang memiliki kepercayaan tertinggi? Mereka yang memiliki



jaringan yang kuat, mereka yang memiliki interaksi yang bagus dengan masyarakat, sehingga disitulah tingkat loyalitas nasabah, tingkat loyalitas masyarakat terhadap suatu lembaga kadang hanya diukur dari hal-hal yang sangat simple. Seperti tadi jaringannya banyak, karyawannya sudah banyak, sehingga otomatis orang kadang ini bank atau BMT ini punya modal berapa, itu udah ngga jadi ukuran. Semakin banyaknya bank, semakin banyaknya tempat, semakin banyaknya kantor cabang, itu ukuran tersendiri bagi calon nasabah ataupun bagi nasabah, lebih-lebih wah saya ngga salah berarti nabung di lembaga yang memiliki jaringan yang banyak. Sama halnya kalau mereka misalnya BMT mohon maaf saya sebut BMT yang lain misalnya mereka yang cabangnya ngga banyak tapi mereka karena begitu lama mereka begitu kuat mereka begitu eksis sehingga masyarakat sampe tahu wuuh bank ini sudah memiliki asset sekian, kadang level BMT aja sudah milyaran, itu artinya walaupun mereka tidak banyak tapi kemudian ketika masyarakat itu tau bahwa lembaga keuangan syari'ah yang levelnya mikro sampe sudah bermodal milyaran, ratusan milyar misalnya, itu artinya sebenarnya ini untuk menjadi bank itu sudah bisa, makanya mereka bangga. Ketika berinteraksi, bertransaksi, investasi, ataupun pembiayaan, dibank itu gitu. Ya kalau tadi karakteristiknya, kalau BIF itu jaringannya banyak, sehingga orang percaya dengan adanya jaringan itu. Dengan yang lain katakanlah saya sebut Beringharjo, walaupun jaringannya tidak banyak disekitar Jogja, tapi mereka sudah menggurita sampe kemana-mana. Mereka berperan untuk masyarakat, mereka membantu banyak masyarakat, mereka dikenal banyak masyarakat,

sehingga dengan seperti itu sebagai miliyoner di Jogja, orang udah tau, wah ini BMT ya bisa disebut salah satu BMT yang terbesar di Jogja, permodalan yang begitu kuat, asset yang begitu besar, orang dengan sendirinya percaya muncul *trust*, jadi kekuatan dilihat dari ukuran-ukuran yang sangat simple.

8. Strategi apa yang harus dilakukan oleh seorang syari'ah marketer agar tidak masuk ke dalam hal-hal yang dapat merugikan nasabah? Diketahui dalam marketing akrab dengan penipuan, ingkar janji, dan lain-lain.

Jawab : Menurut saya ini hal yang kasab mata, namanya seorang itu orang mengatakan saya orang Islam dan ketika berbicara boleh saja, artinya banyak dan ada saja orang yang walaupun saya orang Islam saya alumni perguruan tinggi Islam, saya pernah mondok, saya dari keluarga yang baik-baik, tapi kan sudah dihadapkan pada persoalan teknis dilapangan tentang perbankan ini antara kesadaran, seseorang sebagai seorang marketing ya ini sangat menentukan. Apa yang kemudian harus dilakukan oleh mereka, maka untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan, ya artinya bertentangan dengan syari'ah, ya artinya bagi kita tidak harus punya komitmen yang bagus, komitmen yang baik, bagi seorang marketer dia harus mengukur kemampuannya. Saya sebagai orang yang punya komitmen saya harus seperti apa, ketika saya sudah berkomitmen kemampuan apa yang harus saya miliki. Ketika saya harus memasarkan strategi apa yang harus saya gunakan tanpa merugikan pihak-pihak terkait. Artinya kita tetep berupaya, kita tetep berusaha, ya walaupun kita tidak membohongi diri kita sendiri. Yang namanya lembaga keuangan syari'ah, tiap lembaga keuangan terutama syari'ah, itu

sangat kental sekali hubungannya dengan yang tadi, kadang manipulasi ya hal-hal kecil bisa terjadi, baik dilakukan secara sadar tidak sadar. Tapi memang prinsip dari marketing syari'ah bagaimana agar mereka terhindar dari itu, ya sekali lagi lebih kepada kesungguhan mereka, kekuatan mereka didalam menjadi bagian perbaikan, pengembangan perbankan syari'ah ataupun lembaga keuangan syari'ah jadi dasar atas motivasi itu, motivasinya apa. Yang penting kita harus faham tidak bisa mencampur adukkan mana yang salah mana yang benar dan mana yang diharuskan dan bagaimana yang dilarang itu artinya kita bisa memisahkan itu. Dan itu lebih kepada kemampuan atau kapasitas masing-masing marketing. Jadi strateginya ya kalau strategi bank itu secara umum ya mungkin relative strategi dilembaga itu relative sama lembaga keuangan syari'ah, hanya saja bagaimana kita merencanakan, kita mengimplementasikan, kita mengevaluasi, itu bagian yang tidak terpisahkan dalam kita melakukan proses, lebih-lebih bagaimana strategi itu harus diawali dengan perencanaan yang baik. Pelaksanaan-pelaksanaan yang tentu menyesuaikan dengan perencanaan yang baik tadi, evaluasi itu artinya bagaimana mengeliminir, mengatasi kelemahan-kelemahan kita, kekurangan-kekurangan kita, atau mungkin tadi kesalahan-kesalahan yang dilakukan yang baik kaitannya dengan kesalahan system prosedur, ataupun kesalahan-kesalahan yang mungkin itu dilakukan dengan adanya unsur-unsur agama yang dilanggar, evaluasinya. Itu strateginya, itu harus berjalan terus, perencanaan, proses atau implementasi, evaluasi terus seperti itu. Jadi ada sustainability yang baik didalam perbaikan proses. Sehingga strategi kita ya

kan berulang-ulang dievaluasi bagaimana strategi yang salah diperbaiki, itu kan ada proses tadi, ada proses yang selalu bergulir dalam proses perbaikan strategi.

9. Bagaimana tanggapan bapak apabila terdapat nasabah non-muslim yang melakukan pembiayaan di BMT?

Jawab : Itu luar biasa. Mereka sangat mengapresiasi system yang orang Islam kenalkan atau yang al-qur'an anjurkan. Artinya bahkan mereka ya semoga mereka mendapat hidayah dengan adanya BMT ini. Karena non-muslim itu akan sangat ketika mereka sudah mengapresiasi system ini dan mereka ternyata peduli itu artinya bagi seorang muslim tidak ada tawaran lain lagi wong mereka aja percaya kok, masak kita sendiri tidak percaya. Ini suatu hal yang bisa untuk *branding* bagi kita. Orang non-muslim aja mengakses dan percaya, mereka menunjukkan *trust* nya kepada lembaga keuangan syari'ah bagaimana orang Islam orang muslim tidak. Walaupun sekarang tidak semata-mata kita menyalahkan orang muslim yang tidak nabung, tidak interaksi dan tidak bertransaksi dengan bank syari'ah atau lembaga keuangan syari'ah tidak bisa seperti itu memang, maka yang terpenting bagi bank syari'ah bagaimana menunjukkan gitu. Sekarang tidak jamannya lagi pemasaran itu kemudian menggunakan pendekatan-pendekatan emosional. Kamu orang Islam tho? Masak sih orang Islam nggak nabung di bank syari'ah. Tidak tentu. Tapi bagaimana bank syari'ah ataupun lembaga keuangan syari'ah itu harus bisa menunjukkan kinerjanya, nih lho bukti bahwa kinerja perbankan syari'ah yang menggunakan prinsip bagi hasil yang bebas riba, ini mampu berkinerja dengan

baik, melebihi ekspektasi masyarakat. Kalau bisa melampaui kinerja perbankan konvensional, sehingga pendekatan emosional itu sekarang justru menakutkan. Kalau kamu orang Islam tidak nabung di bank Islam kamu akan masuk neraka. Orang semakin takut dengan bank syariah. Ini pemasaran yang saya kira pendekatan-pendekatan emosional seperti itu menjadi tidak relevan nanti. Seharusnya pendekatan-pendekatan emosional itu pendekatan yang paling relevan digunakan tapi kemudian dengan berkembangnya sistem informasi dan teknologi, kita menjadi tersingkirkan karena tidak bisa membangun model pemasaran berdasarkan kepercayaan. Kepercayaan itu kan bisa dibangun tidak hanya dari segi emosional saja karena kita muslim, karena kita seagamanya tidak hanya itu. Itu kan menunjukkan bagaimana kinerja yang baik, profesionalisme yang dijunjung tinggi tanpa meninggalkan aspek-aspek syariah yang diatur didalam al-qur'an dan sunnah. Jika pendekatan emosional, pendekatan rasional, kedua-duanya itu penting untuk dimasuki. Sehingga mana potensi yang paling besar untuk bisa kita lakukan dengan pendekatan yang mana, itu sesuai dengan kondisi masing-masing dilingkungannya, disegmentasi dipasarnya oleh masing-masing lembaga.

10. Menurut bapak, bagaimanakah seharusnya pelayanan BMT terhadap nasabah non-muslim?

Jawab : Ya mereka tetap menggunakan, tidak membedakan siapapun. Ya sama ajakan kita dengan siapapun selama itu nasabah dia adalah mitra yang harus kita layani sama, sesuai dengan standar operasional prosedur bank. Ini bagian dari menciptakan kepercayaan yang sama ditingkat masyarakat,

sehingga kita tidak membeda-bedakan. Kalau orang muslim yang dari pasar uangnya kotor uangnya lecek receh-receh gitu melayaninya sembarangan, ketika mereka yang berdasi mereka yang dari kantor wah dilayaninya .. enggak begitu, siapapun. Namanya bank itu harus adil.

11. Bagaimana tanggapan bapak terhadap nasabah yang loyal terhadap suatu BMT / perusahaan?

Jawab : Masyarakat yang loyal pada BMT saya kira BMT juga memberikan apresiasi ya karena memang itu bagian dari bentuk kepercayaan dari mereka kepada kita. Tapi ya tidak menutup kemungkinan kita hanya fokus kepada satu orang yang percaya dengan kita tapi kita meninggalkan orang-orang yang belum percaya, itu jangan sampe. Dalam prinsip pemasaran siapapun yang sudah loyal dikelola, dirawat, diberikan layanan dan sebagainya sehingga kita dalam marketing tahapan-tahapan mereka yang belum itu bagaimana pendekatannya, mereka yang sedang itu bagaimana, mereka yang sudah tingkat lanjut harus dibagaimanakan. Itu bagian dari tadi yang saya katakan. Ada strategi yang berjenjang, dalam pemasaran juga begitu. Pemasaran itu tidak hanya bertugas untuk mencari nasabah untuk membeli produk, tapi kemudian siapapun mereka yang mengakses itu adalah ya tetep segmentasi pasar kita, baik yang belum ataupun yang sudah. Yang sudah itu kita tingkatkan, kita pertegas, kita perdalam, kita layani lebih, kita arahkan kepada produk yang lain, artinya bagaimana kita merawat agar mereka tetep melakukan insensitas transaksi dengan BMT. Tadi saya katakan BMT, bank ya mungkin strateginya dengan catatan mereka punya strategi yang bagus,

strategi yang relevan bagi mereka ya konsepnya sama cuman implementasinya ketika dilapangan level bank dengan level BMT ini bisa jadi perbincangan.

12. Menurut bapak, apa saja yang bisa dilakukan BMT untuk menjaga loyalitas nasabah?

Jawab : Itu tadi yang saya katakan. Dalam prinsip pemasaran siapapun yang sudah loyal dikelola, dirawat, diberikan layanan dan sebagainya sehingga kita dalam marketing tahapan-tahapan mereka yang belum itu bagaimana pendekatannya, mereka yang sedang itu bagaimana, mereka yang sudah tingkat lanjut harus dibagaimanakan.

13. Menurut bapak, bagaimana kinerja seorang marketer berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabahnya?

Jawab : Mungkin hanya 3 kata yang saya sampaikan. Mungkin dilihat dari masyarakat bisa percaya kepada kita, professional, kemudian mereka aplikatif itu sifatnya berarti mereka secara administrasi dan sebagainya sesuai dengan prosedurnya, kemudian mereka Islami. Siddiq, tablig, amanah, fathonah, kan Islaminya disitu seorang marketing. Professional, konsisten, aplikatif, mereka mampu menyesuaikan diri terhadap aturan yang berlaku di Indonesia, yang ketiga harus Islam, ya bagaimanapun semua itu dilandasi atas nilai-nilai syari'ah bagaimana yang Rasulullah tunjukkan dan contohkan kepada kita, bagaimana komunikasi kita kepada orang lain dalam bermuamalah. 4 sifat-sifat Rasul tadikan bagaimana kita bermuamalah gitu.

14. Menurut bapak, bagaimana kinerja seorang marketer berpengaruh terhadap tingkat loyalitas nasabahnya?

Jawab : Ya kalau itu sudah dilakukan tidak ada hal lain bagi seorang nasabah ketika tiga syarat tadi sudah dilakukan. Masyarakat tidak ada alasan lain, tidak ada bagi masyarakat kemudian kok enggak yakin. Kalau sudah Islami seperti apapun orang sudah yakin. Amanah dilakukan dengan baik, tablig dia tetep berdakwah menyampaikan informasi menyampaikan kebenaran dan sebagainya itu. Jadi unsur-unsur Islami ini ya dilakukan, kemudian kalau mereka sudah secara teknis juga aplikatif tadi mereka aturan-aturan hukum yang di Indonesia aturan-aturan perbankan dia pahami dia lakukan ya artinya bagaimana strategi dan sebagainya itu dilakukan dengan baik, sehingga masyarakat tidak akan menolak apa yang diaturan itu disampaikan secara jelas kepada mereka tentang tata aturan perbankan atau tata aturan di BMT, koperasi, dan lembaga mikro syari'ah yang lainnya itu. Kembali kedepan professional, sebagai lembaga ya memiliki integritas yang tinggi dalam rangka mengangkat derajat, martabat hidup masyarakat.

15. Bagaimana seharusnya dalam penanganan ketika mendapati nasabah yang macet berdasarkan prinsip syari'ah?

Jawab : Ya ini kaitannya dengan marketing dan nasabah yang macet. Ini memang diluar konteks marketing. Tapi menurut saya namanya kewajiban dengan cara-cara yang baik, cara-cara yang santun, ya kalok banyak orang mengatakan ya sudah kalau seperti ini depkolektor yang akan mengurus gitu ya. Mungkin itu bahasa depkolektor. Tapi kemudian bagaimana pemahamannya dilembaga keuangan syari'ah, ya kita punya bagian-bagian tertentu yang bertugas memang untuk mengevaluasi, menangani dan



mengawasi hal-hal seperti ini. Bank juga sebagai lembaga intermediary lembaga yang menampung dana-dana masyarakat dan juga nantinya kembali ke masyarakat bank juga punya tanggungjawab sehingga bank juga harus dalam hal ini termasuk bertanggungjawab didalam mengelola dana itu sebaik-baiknya. Ketika ada nasabah yang bermasalah, macet, uangnya tidak kembali dan sebagainya, ini harus punya strategi penyelesaian masalah. Ya walaupun kita juga kenal ada arbitrase, ada cara kekeluargaan yang bisa dilakukan atau mungkin ada negosiasi dan sebagainya terkait dengan bagaimana jalan keluar itu harus diselesaikan. Ya ada solusi yang saya yakin setiap lembaga memiliki cara dan karakteristik penyelesaian masalah yang berbeda-beda. Ya walaupun mungkin juga tidak menutup kemungkinan BMT yang mengatakan lembaga keuangan syari'ah pun ketika menagih masih menggunakan depkolektor ya mungkin masih ada. Saya yakin masih ada dengan berbagai kasus berbagai tingkat permasalahan di masing-masing lembaga. Tetap harus dengan cara yang baik saya kira.

16. Bagaimana solusi bapak untuk syari'ah marketer kedepannya?

Jawab : Saya sedang mencoba menulis sebuah paper artikel tentang bagaimana sih marketing syari'ah ini sebagai solusi, ya maka perencanaan jadi karena yang namanya marketing itu tidak terlepas dari bagaimana mensukseskan citra, hidup matinya lembaga keuangan syari'ah dalam arti juga termasuk bank perencanaan yang baik, kemudian proses yang baik, sampai pada proses evaluasi yang betrkelanjutan. Ini tentu yang garis bawah setiap lembaga. Tapi saya sudah cukup senang melihat perkembangan

perbankan syariah walaupun dalam beberapa periode terakhir ya sempat naik turun, sempat turun kemudian naik lagi, karena memang kita berhadapan pada pasar yang begitu luas. Kemudian juga berhadapan pada kompetitor-kompetitor yang tidak kecil. Maka saya yakin ketika konsep pemasaran yang saya sampaikan awal tadi itu mampu diadopsi, mampu dikembangkan oleh masing-masing lembaga ya ditolong dengan modal kita sudah mendapat kepercayaan sampai sejauh ini perkembangan yang sangat menggembirakan hingga saat ini pemasaran kedepan ya jangan berhenti, jangan kita sudah merasa aman ataupun merasa sudah diatas awan, tapi kita masih diatas langit masih ada langit. Ketika kita sudah merasa berhasil ya tentu kita harus beralih untuk bagaimana kita berfikir lebih besar lagi dan memikirkan strategi yang lebih mutakhir lagi, lebih efisien dan efektif lagi. Sehingga kita harus tidak ada berhentinya sehingga perkembangan-perkembangan syariah diharapkan mampu melalui marketingnya, melalui marketing syariah, kita bisa mendapatkan kepercayaan masyarakat ya lebih-lebih kalok ini juga sangat terkait dengan kepercayaan, pemerintah, karena banyak kegiatan-kegiatan ataupun dana-dana dari pemerintah yang saat ini dikucurkan kepada daerah-daerah untuk mengembangkan infrastruktur dan sebagainya, nah itu peluang besar. Bagian-bagian besar peluang untuk kita bisa memperkuat modal perbankan syariah sehingga kita mampu memberikan kontribusi pengembangan ekonomi bangsa ini lebih besar lagi melalui pemasaran syariah.

## TAMBAHAN WAWANCARA NASABAH

Nama : Ibu Rima (Non Muslim)  
Alamat : Kumendaman MJ. 2. 357 Yogyakarta  
Lama menjadi nasabah : 5 tahun  
No. Telepon : 08984755397  
Pembiayaan Untuk : Modal Usaha (Pakaian)  
Hari/tanggal : Kamis, 13 Oktober 2016  
Pukul : 11.30 WIB

1. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah di BMT BIF?

Jawab : Kurang lebih 5 tahun mbak

2. Sudah berapa kali anda melakukan pembiayaan di BMT BIF?

Jawab : Wah udah sering mbak. Berapa yaa? Saya juga lupa e

3. Apakah anda merekomendasikan BMT BIF kepada orang lain atau keluarga anda untuk melakukan pembiayaan di BMT BIF?

Jawab : Enggak. Karena saya juga direkomendasikan sama teman saya

4. Apakah marketing BMT BIF selalu membantu anda dan menjelaskan secara detail mengenai produk-produk yang ada di BMT BIF?

Jawab : Iya dulu mbak

5. Apakah marketing BMT BIF memberikan kelonggaran apabila anda mengalami kesulitan dalam membayar ketika sudah jatuh tempo?

Jawab : Iya memberi kelonggaran sekali

6. Apakah marketing BMT BIF membeda-bedakan antara nasabah satu dengan yang lain, baik muslim maupun non muslim?

Jawab : Tidak membedakan antara nasabah muslim dengan non muslim.  
Dari sikap juga tidak.

7. Bagaimana penampilan dari marketing BMT BIF?

Jawab : Kadang rapih kadang tidak. Karena mas anto ini orangnya santai dan sudah kaya keluarga sendiri. Tapi sopan sih.

8. Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh marketing BMT BIF?

Jawab : Puas sekali mbak

9. Apa harapan anda kedepannya untuk marketing BMT BIF?

Jawab : Semoga sukses dan jaya

Nama : Ibu Yohana (Non Muslim)  
Alamat :  
Lama menjadi nasabah : 7 tahun  
No. Telepon : -  
Pembiayaan Untuk : Modal Usaha (Jajanan Pasar) dan biaya berobat  
Hari/tanggal : Kamis, 13 Oktober 2016  
Pukul : 12.30 WIB

14. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah di BMT BIF?

Jawab : Sudah 7 tahun

15. Sudah berapa kali anda melakukan pembiayaan di BMT BIF?

Jawab : Sudah berkali-kali mbak

16. Apakah anda merekomendasikan BMT BIF kepada orang lain atau keluarga anda untuk melakukan pembiayaan di BMT BIF?

Jawab : Enggak

17. Apakah marketing BMT menjelaskan secara detail mengenai produk-produk yang ada di BMT BIF?

Jawab : Iya dijelaskan dulu. Tapi saya udah lupa

18. Apakah marketing BMT BIF memberikan kelonggaran apabila anda mengalami kesulitan dalam membayar ketika sudah jatuh tempo?

Jawab : Iya. Tapi terus keadaan ekonomi kita nggak menentu terus jadi macet.  
Alasan tidak melanjutkan ya karena usahanya tidak jalan lagi.

19. Apakah marketing BMT BIF membedakan antara nasabah satu dengan yang lain, baik muslim maupun non muslim?

Jawab : Enggak pernah sama sekali. Dari sikapnya juga enggak sama sekali. Malah saya yang nakal sendiri. Bukan apa-apa, karena memang keadaan lagi kaya gini kok.

20. Bagaimana penampilan dari marketing BMT BIF?

Jawab : Bagus semua. Rapih. Terutama masnya yang suka nagih-nagih itu sopan. Sopan orangnya, baik kok. Sabar.

21. Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh marketing BMT BIF?

Jawab : Puas. Cuma kesian aja wong saya belum bayar juga. Merasa berdosa.

22. Apa harapan anda kedepannya untuk marketing BMT BIF?

Jawab : Ya lebih bagus lagi

## TAMBAHAN WAWANCARA MARKETING

Nama : Bapak Paryanto

Hari/tanggal : Kamis, 13 Oktober 2016

Pukul : 11.00 WIB

1. Penerapan religius seperti apa yang anda terapkan agar tidak terperosok ke dalam hal-hal yang dapat merugikan orang lain?

Jawab : Iya mbak kalo udah waktunya shalat ya shalat dilanjut nanti lagi muternya, karna kan memang shalat itu udah kewajiban kita ya mbak sebagai seorang muslim dan dari BMT BIF sendiri juga dianjurkan untuk shalat dhuha, pelatihan-pelatihan. Ada pengajian rutin mingguan dan pengajian rutin bulanan.

2. Apakah anda membedakan nasabah satu dengan nasabah yang lain?  
Dilihat dari segi apa?

Jawab : Membedakan. Kalau mereka loyal kepada kita ya kita berusaha untuk loyal. Tapi kalau nasabahnya macet, ditagih susah, saya udah loyal kok sananya enggak loyal ya sama aja. Kalau dari segi sikap ya nasabah kan macem-macem tho. Yang penting aturannya bagus yaudah, orangnya ramah, bagus, ya dilayani dengan bagus. Tapi kalau angsurannya jelek, macet, agak keras, ditekan. Karena itu udah kewajiban mereka, mereka harus membayar kekurangan dari yang mereka pinjam.

3. Apa alasan dari nasabah non muslim tidak melanjutkan pembiayaan di BMT BIF?

Jawab : Biasanya kalau yang bagus ya karena memang udah nggak butuh, udah nggak pengen utang lagi. Kalau yang sepihak dari karena dia macet, terus kalau udah lunas yaudah diakhiri (di backlist). Tapi kebanyakannya karena macet.

4. Bagaimana proses untuk pengajuan pembiayaan?

Jawab : Cepet. Kalau rolling 1-2 hari udah cair, kalau baru ya tergantung prosesnya, persyaratannya, terus kemudian disurvei, dirapatin, itu paling lama seminggu.

5. Bagaimana bentuk kecurangan yang biasanya marketing BMT BIF lakukan?

Jawab : Memakai uang nasabah terus nggak disetorin ke kantor. Kebanyakan kasus-kasusnya selama ini kaya gitu.

6. Bagaimana pandangan anda tentang bekerja?

Jawab : Kita bekerja ini untuk ibadah, berjihad di jalan Allah lewat jalur ekonomi. Kalau kita bekerja hanya sekedar mencari materi kita akan rugi dan rezeki yang saya bawa kerumah insyallah berkah.

7. Apakah anda bekerja orientasi utamanya bukan mengejar target atau untuk mendapatkan gaji tetapi bekerja untuk beribadah kepada Allah?

Jawab : Dari awal bekerja di BIF Pak Direktur juga sudah bilang kalau kerja di BIF itu jangan mencari kekayaan, tujuan awalnya tetep suruh ibadah, memerangi, berjihad di jalan Allah melalui ekonomi. Salah satunya memerangi rentenir terutama dipasar-pasar, banyak kan masyarakat kita yang terjebak ke



rentenir. Nah kita terangi dengan ekonomi syari'ah, simpan pinjam syari'ah lewat BMT BIF. Tujuan utamanya ya tetep ibadah. Pak Ridwan juga menyampaikan kalau mau mencari gaji besar jangan di BIF, tapi kalau mau ibadah ya silahkan. Pada dasarnya kerja dimanapun yang penting, jujur dan tanggungjawab.

8. Apakah dalam pencapaian target anda selalu melibatkan Allah?

Jawab : Ya selalu. Kan setiap masuk kerja itu berdoa, berdoa untuk mencari ridho Allah kan otomatis niatnya harus tetep ikhlas. Setelah itu biasanya briefing, kalau ngga ada briefing biasanya langsung bekerja langsung ke lapangan, yaa niatnya tetep beribadah, kita menyampaikan apa adanya sesuai dengan syari'ahnya yang ada di BIF itu. Syari'ah islamnya.

9. Apakah anda mempunyai rekening bank konvensional?

Jawab : Kalau rekening kantor adanya syari'ah, kalau marketingnya kebanyakan memang nggak punya rekening diluar BIF masalahnya gaji langsung masuk ke rekening BIF. Mungkin sebagian juga ada yang mempunyai rekening di konven, untuk transfer-transfer kalau untuk yang didaerah-daerah itu kan paling mudah pakai BRI tho. Soalnya disetiap kecamatan ada.

10. Apakah anda juga mengikuti dakwah bebas riba?

Jawab : Kalau untuk memerangi rentenir kita langsung terjun ke lapangan, ke pasar, dan kerumah-rumah. Kita jelaskan bahwa ditempat kami bukan bunga, tetapi bagi hasil dan kita tawarkan produk-produk yang ada di BIF dengan syari'ahnya, syari'ah yang sesuai di BMT nya itu. Kalau nasabah mau ya nanti

tandatangan dengan akadnya kaya gini. Akad-akadnya kan macem-macem, jual beli sendiri, untuk talangan pembelian barang sendiri, untuk biaya sekolah sendiri.

## TAMBAHAN WAWANCARA KEPALA BAGIAN

Nama : Bapak Taufik

Hari/tanggal : Kamis, 13 Oktober 2016

Pukul : 09.00 WIB

1. Bagaimana nasabah loyal menurut kriteria BIF?

Jawab : Nasabah yang menabung, nasabah yang menanam modal di BIF dalam jangka yang lama, serta nasabah yang selalu bertambah saldonya.

2. Ada berapakah nasabah loyal di BMT BIF?

Jawab : Banyak mbak, ada ratusan bahkan ribuan.

3. Bagaimana bentuk kecurangan dari marketing BMT BIF?

Jawab : Pembiayaan fiktif, kemudian angsuran yang tidak sampai dikantor, jadi memakai uang nasabah dan uangnya tidak disetorkan ke kantor.

4. Apakah maksud dari percakapan anda yang mengatakan "*belum sempurna*" dimananya?

Jawab : Masih adanya hal-hal yang belum sesuai dengan harapan, namun dalam batas kewajaran. Contohnya saja target tidak tercapai.

5. Apakah alasan dari percakapan anda yang mengatakan "*pengawasan yang kurang*"?

Jawab : Yaa karena karyawan semakin banyak sedang tim pengawasan terbatas. Pada dasarnya kita pegang prinsip saling percaya.

6. Ketika terdapat nasabah yang terlambat dalam melakukan angsuran, BMT BIF memberikan kelonggaran atau tidak kepada nasabah?

Jawab : Iya memberikan kelonggaran 10 hari dari jatuh tempo. Kalau itu macet ya cara kita pendekatan itu lagi, kekeluargaan itu tadi. Kita tanyakan, kita damping, kendalanya apa tho sebenarnya kok nggak bisa ngangsur lagi gitu. Mungkin pemasaran usahaku kurang, kita bantu kita cari solusi piye carane memasarke gitu.

7. Bagaimana prosesnya untuk nasabah yang akan melakukan pembiayaan?

Jawab : Kalau untuk nasabah yang sudah pernah pinjem dan record nya bagus, sangat cepat satu hari sudah cair. Tapi kalau untuk nasabah baru perlu proses survey, analisa rapat komite, jadi prosesnya 2 sampai 4 hari.

8. Pelatihan di BMT BIF itu seperti apa?

Jawab : Pelatihan mulai dari pengertian BMT sampai dengan job tiap bidang, pelatihan marketing, pelatihan syariah, pelatihan pembukuan, admin, dan lain-lain. Kalau untuk marketingnya sendiri pelatihan tentang marketing, bagaimana cara mencari nasabah, cara menghitung angsuran, cara penagihan, dan lain-lain.

## TAMBAHAN WAWANCARA PAKAR PEMASARAN

Nama : Bapak Syarif As'ad  
Hari/tanggal : Rabu, 24 Agustus 2016  
Pukul : 11.00 WIB

1. Menurut Bapak, bekerja dengan karakteristik syari'ah marketing pada kinerja seorang marketing dengan unsur teistis itu bagaimana?

Jawab : Jadi memang dalam praktek pemasaran masih menjadi landasan umum. Artinya siapapun kalau kita yakin sebagai marketing di lembaga keuangan syari'ah menggunakan konsep syari'ah 4 dasar konsep marketing yang kita kenal selama ini lebih kepada teistis, etis, realistis, humanis. Dalam prakteknya tentu teistis itu dalam konsep agama lebih dikenal dengan *rabbaniyah*. Sehingga nilai-nilai ketuhanan yang perlu dijiwai oleh seorang marketer, unsur *rabbaniyah* ini harus selalu menyertai mereka agar ini menjadi pengendali ketika kita melakukan hal-hal yang menyimpang itu secara otomatis itu akan teringat akan terkontrol akan terpantau, sehingga kita tidak boleh melakukan hal-hal yang curang, melakukan informasi-informasi yang tidak dibenarkan oleh agama. Ketika *rabbaniyah* ini tidak digunakan tidak dipahami oleh para banker atau dalam hal ini praktisi perbankan syari'ah ya mereka akan terjebak pada persoalan yang sebenarnya akan kembali kepada mereka, ketika mereka berbohong itu masyarakat yang akan tau kenapa masyarakat itu cenderung masih mengatakan bank syariah

masih sama dengan bank konvensional, kalau bagi saya ini jangan-jangan ya banyak marketer yang kemudian menyampaikan apa yang tidak dia kuasai tapi kemudian dia mengatakan begitu saja atau dengan kebohongan-kebohongan yang kemudian yang itu seakan-akan menjadi hal yang bisa bahwa kita memberikan iming-iming itu kan biasa. Tapi kemudian iming-iming yang tidak sesuai dengan faktanya inilah yang kemudian ketika masyarakat dikasih iming-iming kembali kepada masyarakat, loh saya udah diberi informasi diberikan janji tapi kemudian janji ini tidak ditepati, maka seakan-akan marketer-marketer ini tidak ada ketakutan sedikitpun bagaimana ancaman Allah ketika kita melakukan banyak kebohongan penipuan, kecurangan dan sebagainya, tidak ada kontrol, sehingga ia tidak paham tentang teistis dalam sikap yang seharusnya dimiliki oleh seorang marketer ataupun bankir perbankan syariah.

### **Pertanyaan Kepala Bagian**

16. Apakah di BMT BIF mengimplementasikan konsep pemasaran Islam sesuai dengan karakteristik syari'ah marketing?
17. Apa yang melatarbelakangi adanya konsep syari'ah marketing di BMT BIF?
18. Bagaimana bentuk implementasi konsep syari'ah marketing di BMT BIF?
19. Apa saja kendala dalam melaksanakan konsep syari'ah marketing?
20. Apakah seluruh karyawan khususnya bagi marketing mengimplementasikan karakteristik dalam syari'ah marketing?
21. Apa konsekuensi ketika marketing tidak berlaku jujur dan tidak amanah terhadap angsuran nasabah?
22. Bagaimana pengaruh implementasi syari'ah marketing terhadap BMT BIF dan nasabah?
23. Adakah nasabah dari non muslim yang termasuk sebagai bentuk implementasi konsep syari'ah marketing?
24. Strategi apa yang digunakan BMT BIF dalam menghadapi persaingan terhadap BMT-BMT lainnya, padahal diketahui banyak sekali BMT di kota Yogyakarta?
25. Strategi apa saja yang digunakan BMT BIF agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan?
26. Strategi apa yang digunakan oleh BMT BIF agar karyawan khususnya marketing agar tidak masuk ke dalam hal-hal yang dapat merugikan nasabah?
27. Bagaimana penanganan dari BMT BIF ketika mendapati nasabah yang macet dalam jumlah pembiayaan besar?

28. Bagaimana penanganan dari BMT BIF ketika mendapati nasabah yang macet dalam jumlah pembiayaan kecil?
29. Apakah syari'ah marketing merupakan keunggulan dari BMT BIF?
30. Apa harapan bapak melihat kinerja marketing kedepan dalam memuaskan nasabah?

### **Pertanyaan Nasabah**

23. Apakah marketing BMT BIF mengimplementasikan konsep pemasaran Islam sesuai dengan karakteristik syari'ah marketing?
24. Bagaimana bentuk implementasi konsep syari'ah marketing pada marketing BMT BIF?
25. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah di BMT BIF?
26. Sudah berapa kali anda melakukan pembiayaan di BMT BIF?
27. Apakah anda merekomendasikan BMT BIF kepada orang lain atau keluarga anda untuk melakukan pembiayaan di BMT BIF?
28. Ketika anda melakukan pembiayaan di BMT BIF, apakah anda juga melakukan pembiayaan di BMT lain?
29. Apakah marketing BMT BIF selalu membantu anda dan menjelaskan secara detail mengenai produk-produk yang ada di BMT BIF?
30. Apakah marketing BMT BIF memberikan kelonggaran apabila anda mengalami kesulitan dalam membayar ketika sudah jatuh tempo?
31. Apakah marketing BMT BIF selalu menanggapi setiap keluhan anda?



32. Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh marketing BMT BIF?
33. Apa harapan anda kedepannya untuk marketing BMT BIF dan untuk BMT BIF?

### **Pertanyaan Marketing**

15. Apakah anda mengetahui konsep syari'ah marketing?
16. Apa saja bentuk syari'ah marketing yang anda terapkan?
17. Bagaimana pengaruh implementasi syari'ah marketing terhadap BMT BIF dan nasabah?
18. Adakah nasabah dari non muslim yang termasuk sebagai bentuk implementasi konsep syari'ah marketing?
19. Apa saja kendala dalam melaksanakan konsep syari'ah marketing?
20. Ketika terdapat nasabah baru yang ingin mengajukan pembiayaan di BMT BIF, apakah anda menjelaskan secara detail kepada nasabah mengenai produk-produk yang ada di BMT BIF?
21. Ketika nasabah complain mengenai suatu produk ataupun pelayanan anda yang kurang memuaskan, bagaimana anda menyikapinya?
22. Bagaimana penanganan anda ketika mendapati nasabah yang macet dalam jumlah pembiayaan besar?
23. Bagaimana penanganan anda ketika mendapati nasabah yang macet dalam jumlah pembiayaan kecil?

24. Strategi apa yang anda gunakan dalam menghadapi persaingan terhadap marketing BMT-BMT lainnya, padahal diketahui banyak sekali BMT di kota Yogyakarta?
25. Strategi apa saja yang anda gunakan agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang anda berikan?
26. Strategi apa yang anda gunakan agar anda tidak terperosok ke dalam hal-hal yang dapat merugikan nasabah?
27. Apakah syari'ah marketing merupakan keunggulan dari BMT BIF?
28. Apa harapan anda untuk BMT BIF kedepannya?

#### **Pertanyaan Pakar Marketing**

17. Menurut bapak, sejauhmana marketing mempengaruhi kinerja BMT / perusahaan?
18. Menurut bapak, sejauhmana syari'ah marketing mempengaruhi kinerja BMT / perusahaan?
19. Menurut bapak, apa yang melatarbelakangi adanya konsep syari'ah marketing di BMT?
20. Bagaimana seharusnya cara kerja seorang marketer yang menerapkan prinsip syari'ah?
21. Menurut bapak, sejauhmana BMT menggunakan konsep syari'ah marketing?
22. Menurut bapak, sejauhmana marketing menggunakan konsep syari'ah marketing?

23. Menurut bapak, sejauhmana BMT BIF menggunakan konsep syari'ah marketing?
24. Strategi apa yang harus dilakukan oleh seorang syari'ah marketer agar tidak masuk ke dalam hal-hal yang dapat merugikan nasabah? Diketahui dalam marketing akrab dengan penipuan, ingkar janji, dan lain-lain.
25. Bagaimana tanggapan bapak apabila terdapat nasabah non-muslim yang melakukan pembiayaan di BMT?
26. Menurut bapak, bagaimanakah seharusnya pelayanan BMT terhadap nasabah non-muslim?
27. Bagaimana tanggapan bapak terhadap nasabah yang loyal terhadap suatu BMT / perusahaan?
28. Menurut bapak, apa saja yang bisa dilakukan BMT untuk menjaga loyalitas nasabah?
29. Menurut bapak, bagaimana kinerja seorang marketer berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabahnya?
30. Menurut bapak, bagaimana kinerja seorang marketer berpengaruh terhadap tingkat loyalitas nasabahnya?
31. Bagaimana seharusnya dalam penanganan ketika mendapati nasabah yang macet berdasarkan prinsip syari'ah?
32. Bagaimana solusi bapak untuk syari'ah marketer kedepannya?

## WAWANCARA NASABAH



## WAWANCARA NASABAH





## WAWANCARA NASABAH



## WAWANCARA MARKETING



## **WAWANCARA KEPALA BAGIAN**



## **WAWANCARA PAKAR PEMASARAN**





**SURAT KETERANGAN**

No : 016/SK/BMT-BIF/X/2015

Yang bertanda tangan dibawah ini :


Nama : Muhammad Ridwan, SE, M.Ag  
Jabatan : Direktur BMT Bina Ihsanul Fikri  
Alamat : Jl. Rejowinangun No 28B Yogyakarta

Menerangkan bahwa :

Nama : Ayu Septy Handayani  
NIM : 20120730235  
Instansi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Benar-benar telah melaksanakan Magang di BMT Bina Ihsanul Fikri selama 1 bulan dari tanggal 24 Agustus sampai dengan 22 September 2015. Demikian Surat keterangan ini, semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 17 Oktober 2015



M. Ridwan, SE, M.Ag  
Direktur



## **CURRICULUM VITAE**

### **A. BIODATA PRIBADI**

1. Nama : Ayu Septy Handayani
2. Jenis Kelamin : Wanita
3. Alamat : Soragan No. 24 A RT. 01  
Ngestiharjo, Kasihan, Bantul, Yogyakarta
4. Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 22 September 1994
5. Agama : Islam
6. No. Telepon : 089688246888
7. Email : ayusepty13@ymail.com

### **B. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. (2000 – 2006) : SDN TEGALREJO II
2. (2006 – 2009) : SMPN 2 GAMPING
3. (2009 – 2012) : SMKN 1 YOGYAKARTA
4. (2012 – 2016) : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA