BAB III

DATA PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Sejarah BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Nurul Jannah, awalnya merupakan bagian dari Seksi Bina Rohani Islam (SBRI) Petrokimia Gresik yang salah satu bidang kerjanya pengumpulan dan penyaluran dana Zakat dan Infaq Shodaqoh.

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Nurul Jannah didirikan dengan 2 (dua) tugas pokok, pertama Pengelolaan dana Zakat dan Infaq Shodaqoh *kedua* pemberdayaan dan pengembangan ekonomi masyarakat dengan konsep syariah. BMT Nurul Jannah tersebut diresmikan pada tanggal 1 Januari 1997 di Masjid Nurul Jannah oleh Bapak Ir. Rauf Purnama (Mantan Direktur Utama PT Petrokimia Gresik).

Perjalanan operasional saat itu belum mempunyai dasar hukum yang sah, baru pada tanggal 27 Oktober 1997 mendapat sertifikasi operasional dari Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) No 48/PNB-JTM/X/97. Hal tersebut berdasarkan kerja sama antara Koperasi BMT Nurul Jannah PT Petrokimia Gresik, Tbk. dengan Yayasan Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (YINBUK) No 003/ MOU/PHBK-PINBUK/VIII/95.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sebagai lembaga usaha, BMT Nurul Jannah dirasakan kurang sempurna, bila dasar hukum operasionalnya hanya didasarkan pada sertifikasi dari Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) saja, hal itu disebabkan PINBUK bukan lembaga formal yang menurut undang-undang dapat memberikan legalitas hukum sebuah usaha, maka diajukanlah permohonan kepada Dinas Koperasi dan PKM Kabupaten Gresik pada tahun 1998 untuk mendapatkan legalitas hukum dengan bentuk Koperasi. Hal tersebut dilakukan dengan pertimbangan mudah pengurusannya, permodalan yang dibutuhkan kecil dan mudah persyaratan kualifikasi pengelolanya.

Akhirnya pada tanggal 17 Juli 1998 BMT Nurul Jannah mendapatkan Akta Pendirian dari Departemen Koperasi dan PKM Kabupaten Gresik No 489/BH/KWK.13/VII/98 dengan nama Koperasi Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Nurul Jannah.

Seiring dengan dikeluarkannya Undang-undang Pengelolaan Zakat No 38 Tahun 1999 dan Peraturan Pelaksanaannya dengan Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No 581 Tahun 1999, maka Koperasi BMT Nurul Jannah telah mendapatkan Surat Keputusan dari Bupati Gresik No 450/3436/HK/403.14/2002 Tentang Pengukuhan Koperasi BMT Nurul Jannah sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ).

Lembaga Amil Zakat (LAZ) akan dijadikan dasar hukum oleh Divisi Maal untuk Pengelolaan Zakat dan Infaq Shodaqoh sesuai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan tugas pokok dan tanggung jawab menurut agama dan undang-undang yang berlaku, dengan dikelola secara baik dan profesional. Pengelolaan dana Zakat dan Infaq Shodaqoh tersebut diharapkan akan dapat membantu menciptakan dan memberdayakan masyarakat untuk dapat menjadi muslim yang kreatif dan produktif.[51]

2. Visi dan Misi

a. Visi

1) Divisi Maal

Menjadi Lembaga Amil Zakat yang amanah dan profesional

2) Divisi Tamwil

Mengembangkan konsep ekonomi syariah untuk dikelola secara baik dan profesional

b. Misi

1) Divisi Maal

a) Mendorong dan menumbuhkan kesadaran terhadap masyarakat muslim untuk membayar Zakat, Infaq dan Shodaqoh serta mendistribusikan kepada yang berhak menerima dengan sasaran yang tepat.

b) Memberdayakan ekonomi umat lewat pendistribusian zakat, infaq dan shodaqoh kepada masyarakat sehingga dapat meningkatkan ekonomi umat.

[51] Dokumen File by Arief Rachman, "Profil 2016 Koperasi BMT Nurul Jannah PT Petrokimia Gresik, Tbk.", 20 Juli 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Divisi Tamwil

a) Menciptakan sumber pendanaan untuk dapat meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat terutama disekitar lingkungan pabrik PT. Petrokimia Gresik.

b) Menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat yang sesuai dengan prinsip syariah serta menumbuh kembangkan pengusaha-pengusaha muslim yang handal, kuat dan tangguh ekonominya.

3. Struktur Organisasi Personalia dan Deskripsi Tugas

Struktur organisasi Koperasi BMT Nurul Jannah PT Petrokimia Gresik, Tbk terdiri dari:

a. Rapat anggota, seperti hal-nya pada koperasi pada umumnya rapat anggota merupakan lembaga tertinggi dalam Koperasi BMT Nurul Jannah PT Petrokimia Gresik, Tbk.. Rapat anggota dapat memutuskan segala sesuatu yang berkaitan dengan BMT termasuk menetapkan susunan pengurus, pengawas, dan lain-lainnya.

b. Dewan Syariah dan Pengawas, memiliki kedudukan yang sejajar dengan pengurus yang diangkat dan diberhentikan oleh anggota dalam rapat anggota. Susunan pengawas terdiri dari: pengawas bidang manajemen, pengawas bidang keuangan, dan pengawas bidang syariah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Pengurus, diangkat dan dipilih oleh anggota melalui mekanisme rapat anggota. Pengurus mengemban amanah dari anggota dan menjalankan program kerja yang telah ditetapkan oleh rapat anggota. Pengurus dapat mengangkat manajer atau direktur untuk menjalankan operasional Koperasi BMT Nurul Jannah PT Petrokimia Gresik, Tbk.

d. Manajer, diangkat oleh pengurus dengan tugas utamanya yaitu menjalankan usaha Koperasi BMT Nurul Jannah PT Petrokimia Gresik, Tbk. sesuai dengan mekanisme kerja yang ditetapkan oleh pengurus dalam menjalankan tugasnya, manajer berkoordinasi dengan pengurus dan para karyawan. Adapun tugas manajer antara lain ialah:[52]

   1) Melaksanakan pemeriksaan, persetujuan dalam pencairan pembiayaan
   2) Memastikan SOP (Standart Operasional Prosedur)

e. *Account Office* atau *Marketing*

   1) Memelihara hubungan baik dengan nasabah
   2) Melaksanakan survey dan menganalisa permohonan pembiayaan
   3) Memeriksa dan memastikan kondisi maupun kepemilikan dari setiap agunan (jaminan) serta menentukan taksiran nilai nominal agunan

[52] Ibid.,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Mengakad nasabah yang akan melakukan pembiayaan
5) Bertanggung jawab terhadap kelancaran setoran tagihan angsuran pembiayaan

f. Administrasi Keuangan

1) Menyimpan dan memberikan arsip-arsip yang diperlukan
2) Mengecek dokumen sebelum dimasukkan ke data
3) Menyiapkan berkas-berkas yang digunakan untuk pengakadan dan pencairan dana

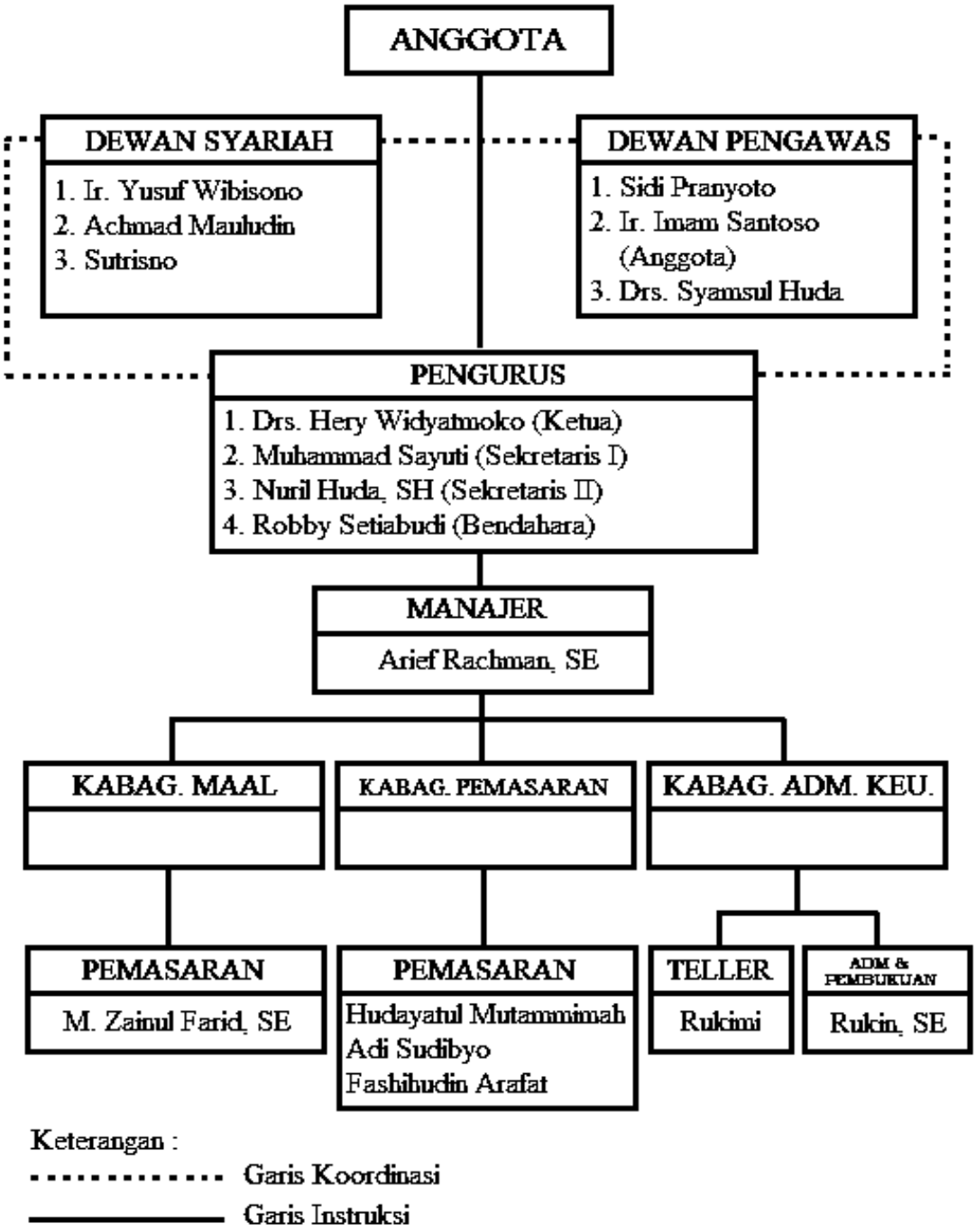
g. *Teller*

1) Membuatkan Nomer Rekening Tabungan
2) Realisasi pembiayaan
3) Bertanggung jawab dalam bidang keuangan dan pencatatannya
4) Melayani penyetoran dan penarikan produk tabungan
5) Melayani setoran angsuran pembiayaan
6) Mencatat setiap transaksi pemasukan dan pengeluaran BMT
7) Menyusun dan menyerahkan laporan keuangan kepada pimpinannya.

Untuk lebih jelasnya tentang struktur organisasi koperasi BMT Nurul Jannah PT. Petrokimia Gresik bisa dilihat pada gambar 2.1 berikut ini:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 3.1
Struktur Organisasi Personalia



[53]

Sumber: Data Koperasi BMT Nurul Jannah PT Petrokimia Gresik, 2016.

[53] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Kelembagaan[54]

a. Nama Koperasi : Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Nurul Jannah

b. Alamat

1) Provinsi : Jawa Timur

2) Kabupaten/Kota : Gresik

3) Alamat : Jl Jend. A. Yani 07 Perumahan PT Petrokimia Gresik
Kode pos 61119
Telepon (031) 3982200,3982100 ext 1412
(031)-3973959 fax (031) 3973959
e-Mail : bmtnj.Petrogresik@gmail.com

c. Jenis Usaha : Simpan Pinjam Syariah dan Kegiatan Maal

d. Tahun berdiri : 1997

e. No. dan tgl. Badan Hukum : 489/BH/KWK.13/VII/98 tgl. 17 Juli 98

f. NPWP : 01.860.859.6-612

g. Pengurus Periode 2015-2018

1) Ketua : Hery Widyatmoko

2) Sekretaris I : Muhammad Sayuti

3) Sekretaris II : Nuril Huda

4) Bendahara : Robby Setiabudi Madjid

[54] Ibid.,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

h. Pengawas Periode 2015-2018

1) Ketua : Sidi Pranyoto

2) Anggota : Imam Santoso

3) Anggota : M. Syamsul Huda

i. Dewan Syariah Periode 2015-2018

1) Ketua : Yusuf Wibisono

2) Anggota : Achmad Mauluddin

3) Anggota : Sutrisno

j. Jumlah tenaga kerja[55]

Tabel 3.1

Riwayat pendidikan karyawan BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik

No	Uraian	Jumlah (orang)	Pendidikan
1	Manager	1	S1
2	Adm & Keu	1	S1
3	Marketing	3	1 SMA / 2 S1
4	Maal	1	S1
5	Kasir	1	SMA
5	Kebersihan	1	SLTP
Jumlah		**8**	**5 (S1), 2 SLTA, 1 SLTP**

Sumber: Data Koperasi BMT Nurul Jannah PT Petrokimia Gresik.

k. Produk dan Apliksai Akad

BMT Nurul Jannah di dalam kegiatan operasionalnya terdapat 2 divisi yaitu divisi maal dan divisi tamwīl yang masing-masing divisi memiliki produk / program kerja.

[55] Ibid.,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Produk Pembiayaan

BMT Nurul Jannah menjadikan usahawan muslim yang handal melalui sistem ekonomi syariah yang menjanjikan keadilan dan kebersamaan. Sistem pembiayaan BMT Nurul Jannah menggunakan aqad jual beli (Muṛābahah) atau bagi hasil (Muḍārabah).

a) Pembiayaan Mudharabah adalah pembiayaan dengan sistem bagi hasil (profit sharring) antara Koperasi BMT Nurul Jannah dengan nasabah pengguna dana.

Mudharabah: Pembiayaan dalam bentuk modal/dana yang diberikan oleh BMT Nurul Jannah untuk dikelola nasabah dalam usaha yang telah disepakati bersama. Selanjutnya dalam pembiayaan ini nasabah dan Koperasi BMT Nurul Jannah sepakat untuk berbagi hasil atas pendapatan dari usaha tersebut.

b) Pembiayaan Murabahah adalah pembiayaan dengan sistem jual beli barang yang pembayarannya diangsur atau ditunda.

Mudharabah: Penyaluran pembiayaan yang disalurkan berdasarkan sistem jual beli. BMT Nurul Jannah akan membelikan barang-barang halal yang dibutuhkan kemudian menjualnya kepada nasabah untuk pembayarannya diangsur sesuai dengan kesepakatan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebelumnya. Produk ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan usaha (modal kerja dan investasi).

2) Produk Tabungan

Ada beberapa produk tabungan yang ditawarkan oleh BMT Nurul Jannah diantaranya ialah:

a) Tabungan Mudharabah adalah tabungan dengan sistem bagi hasil yang setiap saat dapat dilakukan penambahan dan penarikan.
b) Tabungan Pendidikan adalah tabungan dengan sistem bagi hasil yang penarikannya pada saat kebutuhan anak sekolah.
c) Tabungan Qurban adalah tabungan dengan sistem bagi hasil yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat Idhul Qurban.
d) Tabungan Haji adalah tabungan dengan sistem bagi hasil yang penarikannya pada saat akan melaksanakan ibadah haji.[56]

l. Operasional Koperasi BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik

Dalam kegiatan operasionalnya, BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik yang berlokasi di Jl. Jend. A. Yani No.07 Perum. Petrokimia Gresik menghimpun dana melalui produk simpanan (tabungan muḍārabah, tabungan pendidikan, tabungan

[56] Dokumen File, "Profil 2016 Koperasi BMT Nurul Jannah PT Petrokimia Gresik, Tbk.", 20 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

qurban dan tabungan haji) yang menggunakan akad muḍārabah yang kemudian penyaluran dananya disalurkan pada sektor-sektor produktif melalui produk pembiayaan. Pelaksanaan semua produk-produk yang ditawarkan hampir sama seperti yang tertera dalam penjelasan produk dan aplikasi sebelumnya akan tetapi yang paling sering dipakai oleh nasabah adalah pembiayaan muḍārabah, dalam operasionalnya yakni dengan pernjanjian akad kerja sama dengan prinsip bagi hasil, dimana prosentase nisbah bagi hasil ditentukan atas dasar kesepakatan kedua belah pihak.

Sedangkan untuk pembiayaan murābaḥah yaitu perjanjian akad jual-beli dengan penambahan nominal sebagai keuntungan untuk pihak BMT dimana pihak BMT mewakilkan pembelian barang murābaḥah kepada nasabah yang kemudian harus dibawa ke BMT beserta kuitansi atau nota pembelian dan kemudian mengakadkan kepada nasabah dengan penambahan keuntungan yang disepakati.[57]

m. Perhitungan dan Sistem Bagi Hasil

Setelah calon anggota memenuhi prosedur-prosedur yang diajukan dari BMT Nurul Jannah maka langkah selanjutnya adalah pembahasan tentang pembagian hasil usaha yang nantinya akan dibagikan kepada pihak BMT maupun anggota. Dari hasil wawancara dengan Bapak Arief Rahman selaku Brand Manajer

[57] Ibid.,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pembiayaan beliau mengatakan bahwa, sebagai langkah awal pembahasan bagi hasil, pihak BMT Nurul Jannah terlebih dahulu akan menanyakan tentang laporan keuangan per bulan dari calon anggota. Setelah itu, pihak BMT mempelajari berapa keuntungan per bulan dari calon anggota. Hal ini penting karena ini yang akan menjadi acuan pihak BMT dalam menetapakan berapa nisbah yang nantinya akan dibagikan antara BMT dan anggota kelak. Setelah semua proses analisis laporan keuangan selesai dilakukan, BMT menawarkan berapa nisbah yang nantinya akan diterima kedua belah pihak dalam hal ini BMT dan calon anggota. Selanjutnya terjadi suatu tawar menawar mengenai berapa nisbah keuntungan yang nanti akan diterima dari kedua belah pihak sesuai dengan kesepakatan bersama. Setelah nisbah disepakati selanjutnya BMT membahas tentang angsuran yang nantinya diangsur oleh anggota. Setelah usaha berjalan, pada bulan kedua terjadi pembagian bagi hasil antara anggota dengan BMT, pada saat ini pula anggota harus menyertakan laporan keuangan perbulan atau sesuai dengan hasil usaha awal anggota, sehingga BMT dapat menghitung berapa keuntungan yang bisa diterima oleh BMT maupun anggota dengan mengacu pada perhitungan nisbah yang telah disepakati di awal akad muḍārabah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun sistem penghitungan bagi hasil dalam pembiayaan muḍārabah di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik dapat dilihat dari contoh transaksi akad muḍārabah sebagai berikut ; Bapak Moh. Arwani melakukan usaha ternak lele membutuhkan modal Rp 3.000.000,00 Mengajukan pembiayaan muḍārabah di BMT Nurul Jannah dan mendapat modal sejumlah Rp 3.000.000,00 pembayaran diangsur selama jangka waktu 10 bulan dengan nisbah 20:80 (20% untuk BMT, 80% untuk nasabah) dari bulan 1 maret 2012. 11 Perhitungan sebagai berikut:[58]

1) Proyeksi Modal Rp 1.000.000 dengan keuntungan Rp 500.000.
2) Modal BMT Rp 2.000.000 dengan proyeksi keuntungan Rp 1.000.000.
3) Total modal Rp 3.000.000.
4) Maka laba usaha Rp 1.500.000
5) Bagi hasil BMT= laba pembiayaan×nisbah BMT 1.500.000×20%=Rp 300.000
6) Bagi hasil anggota = laba pembiayaan×nisbah anggota 1.500.000×80% = Rp 1.200.000
7) Angsuran perbulan = 3.000.000+300.000/10 bulan= Rp 330.000 Jadi angsuran pada tanggal 31 mei 2012=Rp

[58] Ibid.,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

330.000,00 Pada bulan berikutnya laba yang didapat dari hasil usaha sebesar Rp 1.000.000,00, maka perhitungannya sebagai berikut :

a) Laba pembiayaan= 1.000.000×3.000.000/3.000.000= Rp. 1.000.000
b) Basil BMT = 1.000.000×20%= Rp. 200.000
c) Basil anggota= 1.000.000×80%= Rp. 8 00. 000
d) Jadi angsuran yang dibayarkan pada 30 juni 2012= Rp. 320.000

Contoh di atas adalah bagi anggota dengan menggunakan laporan keuangan yang baik, akan tetapi di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik kebanyakan anggota dari pedagang kecil dan tidak mempunyai laporan keuangan yang valid atau bahkan anggota kurang begitu mengerti mengenai muḍārabah, oleh sebab itu pihak BMT memberikan suatu pengarahan kepada para anggota guna mencatat laporan keuangan kegiatan usaha tersebut. Namun apabila anggota belum mengerti perhitungan nisbah bagi hasil, maka dibuat kesepakatan perhitungan bagi hasil dengan sistem ratarata per bulan, yaitu mengacu pada pendapatan di awal atau pada bulan pertama. Kalau dengan seperti ini anggota masih bingung dan belum bisa mengaplikasikannya maka kedua belah pihak menyepakati, Setiap anggota dari pembiayaan muḍārabah yang membutuhkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pendanaan mulai dari Rp. 1.000.000,00 sampai Rp. 50.000.000,00 maka nisbah bagi hasil yang 66 diberikan pada pihak BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik sekitar 1.25% sampai dengan 1,5% perbulan sesuai dengan kesepakatan bersama.12 Sebagai contoh : Bapak Ahmad Qosim memiliki usaha warung makan. Dalam menjalankan usahanya memerlukan tambahan modal dan mengajukan pembiayaan muḍārabah di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik sebesar Rp. 500.000,00 dengan jangka waktu 10 bulan dan bagi hasil diberikan pada pihak BMT 1,25%/bulan dari jumlah modal yang diberikan dimulai dari tanggal 23 April 2012. 13 Dan perhitungannya sebagai berikut:[59]

1) Modal dari BMT Rp. 500.000,00 dengan jangka waktu akad 10 bulan.
2) Bagi hasil yang diberikan kepada BMT = 1,25/100 x Rp. 500.000,00= Rp. 6.250,00.
3) Angsuran pada tanggal 28 Mei 2012= Rp. 500.000/10 + Rp. 6.250= Rp. 56.250,00/ bulan sampai selesai akad.

n. Program Kerja Koperasi BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik

1) Divisi Maal

Diprioritaskan pada beberapa program kerja, yaitu :

[59] Ibid.,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Bina Sosial, yaitu melakukan kegiatan pemberian santunan kepada masyarakat fakir miskin, yatim piatu dilingkungan sekitar pabrik PT Petrokimia Gresik. Dalam program ini juga ada pembiayaan Qordhul Hasan yaitu pembiayaan yang pengembaliannya tanpa bagi hasil.

b) Bina Pendidikan, yaitu melakukan kegiatan pemberian beasiswa kepada anak asuh pada sekolah tingkat dasar sampai perguruan tinggi yang berbasis agama Islam dilingkungan sekitar lingkungan pabrik PT Petrokimia Gresik. Selain pemberian beasiswa kepada anak asuh dalam bina pendidikan, Koperasi BMT Nurul Jannah juga memberikan bantuan untuk kesejahteraan para guru Al-Quṛan (TPA/TPQ).

c) Bina Masjid/Pondok yaitu dilakukan dengan memberikan bantuan untuk pembangunan masjid dan pondok pesantren.

d) Bina Dakwah, yaitu untuk kegiatan sosialisasi Zakat, Infaq dan Shodaqoh kepada masyarakat muslim baik dilingkungan Karyawan PT Petrokimia Gresik maupun masyarakat muslim secara umum. Disamping itu Bina Dakwah juga dipergunakan untuk membantu kegiatan keagamaan umat Islam.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e) Asnaf Lain, yaitu dipergunakan untuk amil serta operasional divisi maal serta asnaf lain.

2) Divisi Tamwil

a) Melakukan penggalangan dana melalui masyarakat terutama karyawan PT Petrokimia Gresik dengan memberikan imbalan bagi hasil dari operasional Koperasi BMT Nurul Jannah.

b) Menyalurkan dana kepada pengusaha-pengusaha mikro muslim untuk memberikan pembiayaan (kredit usaha) dengan pola syariah.

c) Melakukan pembinaan, baik berupa mental spiritual Islam maupun pembianaan manajemen usaha.[60]

B. Langkah dan Metode Strategi *Word Of Mouth* dalam Menarik Calon Konsumen

Word of Mouth memiliki kekuatan besar yang berdampak pada perilaku konsumen. Rekomendasi dari teman yang sudah dipercaya, asosiasi, dan konsumen lain berpotensi untuk lebih dipercaya dibandingkan dari sumber komersil, seperti iklan dan *salespeople*. Sebagian besar, *word of mouth* terjadi secara alami, konsumen mulai dengan membicarakan sebuah merek yang mereka gunakan kepada orang lain. Seperti hasil wawancara penulis dengan manager BMT Nurul Jannah Bapak Arief Rachman :

[60] Dokumen File by Arief Rachman, "Profil 2016 Koperasi BMT Nurul Jannah PT Petrokimia Gresik, Tbk.", 20 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "dampak dari strategi WOM atau promosi dari mulut ke mulut ternyata sangat lah efektif bagi BMT Nurul jannah, karena kebanyakan nasabah yang baru mereka mendapat informasi dari para pelanggan, serta teman-teman mereka yang sudah dulu menjadi nasabah di BMT kami ini. Saya awalnya tidak tahu darimana awalnya mereka mendapatkan rekomendasi dan mau menabung di BMT kami ini kalo si penulis tidak melakukan penelitian tentang strategi word of mouth dikarenakan dari pihak kami juga tidak pernah melakukan promosi untuk mencari konsumen baru dikarenakan keterbatasannya karyawan di BMT. Dan menurut saya mungkin kedepannya strategi ini perlu untuk di kembangkan disini dikarenakan biayanya yang murah dan sangat mudah untuk dilakukan."[61]

Terdapat lima T yang harus diperhatikan dalam mengupayakan WOM yang menguntungkan untuk menarik konsumen ke BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik, yaitu:

1. *Talkers* (pembicara), adalah kumpulan orang yang memilki antuasiasme dan hubungan untuk menyampaikan pesan. Mereka yang akan membicarakan suatu merek seperti teman, tetangga, dan lain-lain. Pembicara berbicara karena mereka senang berbagi ide yang besar dan menolong teman mereka.
2. *Topics* (topik), berkaitan dengan apa yang dibicarakan oleh *talker.* Topik ini berhubungan dengan sesuatu yang ditawarkan oleh suatu merek, seperti tawaran spesial, diskon, produk baru, atau pelayanan yang memuaskan. Topik yang baik ialah topik yang simpel, mudah dibawa, dan natural.

[61] Arief Rachman (Manager BMT Nurul Jannah Gresik), Wawancara, Gresik, 29 Agustus2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. *Tools* (alat), mengacu kepada perlengkapan yang diperlukan untuk mempermudah konsumen dalam melakukan WOM, seperti sampel, kupon atau brosur.
4. *Taking Part* (partisipasi), perlunya partisipasi orang lain yang ikut serta dalam percakapan agar WOM dapat terus berlanjut, seperti dari pihak perusahaan yang terlibat di dalam percakapan membantu merespon mengenai produk atau jasa dari calon konsumen sehingga arah WOM dapat berkembang sesuai dengan sasaran.
5. *Tracking* (pengawasan), suatu tindakan perusahaan untuk mengawasi proses WOM sehingga perusahaan dapat mengantisipasi terjadinya WOM negatif mengenai produk atau jasa.

Beberapa faktor yang mendorong terjadinya komunikasi lisan antara lain adalah sebagai berikut :

1. Kebutuhan dari si pemberi informasi.
   a. Untuk memperoleh perasaan *prestige* dan serba tahu.
   b. Untuk menghilangkan keraguan dari pembelian yang telah dilakukannya.
   c. Untuk meningkatkan keterlibatan dengan orang-orang yang disenanginya.
   d. Untuk memperoleh manfaat yang nyata.
2. Kebutuhan dari si penerima informasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Untuk mencari informasi dari orang yang dipercaya dari pada orang yang menjual produk.
b. Untuk mengurangi kekhawatiran tentang resiko pembelian.
   1) Resiko produk karena harga dan rumitnya produk.
   2) Resiko soal kekhawatiran konsumen tentang apa yang dipikirkan orang lain.
   3) Resiko dari kurangnya kriteria objektif untuk mengevaluasi produk.
c. Untuk mengurangi waktu dalam mencari informasi.

Berdasarkan teori mengenai *word of mouth* di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *word of mouth* merupakan media promosi yang efektif dilakukan untuk menarik konsumen agar mau menabung di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik dengan perantara konsumen lama untuk menyampaikan pesan mengenai suatu nilai produk/jasa yang telah digunakan kepada orang lain dan berdampak pada penilaian terhadap produk/jasa tersebut.

Word of Mouth sendiri terdiri dari dua jenis, yaitu:

1) *Organic Word of Mouth* adalah pembicaraan yang bersemi secara alami dari kualitas positif perusahaan.
2) *Amplified Word of Mouth* adalah pembiaraan yang dimulai oleh kampanye yang disengajakan untuk membuat orang-orang berbicara.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ada tiga motivasi dasar yang mendorong seseorang melakukan *positive word of mouth*, yaitu:

1) Konsumen menyukai produk yang dikonsumsi.

   Orang-orang mengkonsumsi suatu produk karena mereka menyukai produk tersebut.Baik dari segi produk utama maupun pelayanan yang diberikan yang mereka terima.

2) Pembicaraan membuat mereka baik.

   Kebanyakan konsumen melakukan *word of mouth* karena motif emosi atau perasaan terhadap produk yang mereka gunakan.

3) Mereka merasa terhubung dalam suatu kelompok.

   Keinginan untuk menjadi suatu bagain dalam suatu kelompok adalah perasaan manusia yang sangat kuat. Setiap individu ingin merasa terhubung dengan individu lain dan terlibat dalam suatu lingkungan sosial. Dengan membicarakan suatu produk kita menjadi merasa senang secara emosional karena dapat membagikan informasi atau kesenangan dengan kelompok yang memiliki kesenangan yang sama.

Word of Mouth terbagi dalam tiga tahapan, yaitu:

1) *Talking*

   Tahap awal dimana pemilik merek harus dapat mengidentifikasi *talkers*yang tepat dan menyediakan topik yang menarik untuk dibicarakan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) *Promoting*

Tersedianya *tools* untuk *talkers* agar dapat dibagikan dan disebarkan kepada orang lain.

3) *Selling*

Bagaimana agar bisa untuk mempengaruhi orang untuk "menjual" dan mempromosikan produk tersebut.

Berdasarkan laporan dari pihak BMT berikut adalah hasil data tentang nasabah baru yang mana hampir 75% mereka mendapat rekomendasi dari para konsumen yang sudah dulu menabung di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Tabungan Mudharabah di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik

Beberapa faktor akan mempengaruhi strategi *word of mouth*, baik itu faktor pendukung yang memperlancar berjalannya suatu usaha, ataupun faktor penghambat yang dapat menghambat tercapainya suatu tujuan yang diinginkan. Adapun faktor pendukung dalam strategi *word of mouth* terhadap keputusan calon konsumen memilih tabungan mudharabah di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan proses yang baik yang diberikan oleh pihak BMT akan memberikan nilai tambah tersendiri dan dapat meningkatkan kepercayaan lebih terhadap para konsumen di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

salah satu karyawan di BMT Nurul Jannah bahwa dari pihak mereka Cuma melakukan promosi di awal-awal berdirinya BMT itu saja. Selebihnya secara tidak langsung promosi tentang produk-produk yang ada di sana di promosikan oleh para konsumen mereka sendiri dikarenakan para konsumen tersebut merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT.[62]

Sejauh ini strategi WOM bisa dikatakan cukup berhasil dan mengalami peningkatan. Itu bisa dilihat dimana jumlah konsumen yang baru itu terus mengalami peningkatan setiap bulannya. Berikut tabel data konsumen yang baru setiap bulannya.

Tabel 3.2

Data Nasabah Baru di BMT

No	Bulan	Tahun	Nasabah baru tabungan mudharabah perbulan
1	Januari	2014	8
2	Februari	2014	10
3	Maret	2014	9
4	April	2014	10
5	Mei	2014	12
6	Juni	2014	5
7	Juli	2014	7
8	Agustus	2014	9
9	September	2014	11
10	Oktober	2014	12
11	November	2014	10
12	Desember	2014	12
13	Januari	2015	9
14	Februari	2015	12
15	Maret	2015	14
16	April	2015	8
17	Mei	2015	11

[62] Ahmad Faiz, *Wawancara*, BMT Nurul Jannah Gresik, 29 Agustus 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

18	Juni	2015	9
19	Juli	2015	7
20	Agustus	2015	9
21	September	2015	11
22	Oktober	2015	14
23	November	2015	13
24	Desember	2015	15
25	Januari	2016	9
26	Februari	2016	13
27	Maret	2016	14
28	April	2016	13
29	Mei	2016	15
30	Juni	2016	10
31	Juli	2016	10

Sumber: Data Koperasi BMT Nurul Jannah PT Petrokimia Gresik

Data-data diatas adalah data-data pencairan pembiayaan mudharabah dan nasabah baru di BMT pada setiap bulannya. Data-data ini didapat dari laporan realisasi pembiayaan yang terjadi pada periode januari 2014 sampai juli 2016. Konsumen baru di BMT Nurul Jannah setiap bulannya pada periode 2014 sampai juli 2016 cenderung meningkat, dan hampir 75% dari mereka mendapatkan informasi untuk menabung disana karena mendapat informasi dari konsumen yang sudah dulu menabung di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik.

Tabel 3.3

Catatan tabungan Muḍārabah salah satu konsumen

Tanggal	Masuk-Mutasi	Saldo
10-2-16	100.0000	100.000
15-2-16	400.000	500.000
25-2-16	500.000	1000.000
28-2-16	200.000	1.200.000

Sumber: Data Koperasi BMT Nurul Jannah PT Petrokimia Gresik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari tabel di atas bisa dilihat dalam jangka waktu satu bulan jumlah dari tabungan tersebut semakin bertambah dikarenakan semakin banyak konsumen baru yang masuk maka akan semakin bertambah juga jumlah tabungan pada konsumen yang lainnya.

2. Adanya dukungan penuh dari para karyawan dan konsumen yang merasa puas dengan kualitas pelayanan di BMT. Pihak BMT siap memberikan dukungan baik dana maupun mental untuk pengembangan strategi WOM ini kedepannya.
3. Respon positif dari para konsumen baru terhadap kualitas yang ada di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik.

> "ketika saya mendengarkan penjelasan dari teman saya tentang keunggulan produk-produk yang ada di BMT membuat saya langsung ingin ikut menabung dan enaknya lagi tabungan saya secara tidak langsung akan bertambah dikarenakan dari pihak BMT menggunakan akad mudharabah atau bagi hasil dan dana yang dipakai ialah uangnya para konsumen yang menabung disana."[63]

Biasanya promosi WOM ini dilakukan oleh para konsumen disaat mereka sedang berkumpul kemudian ada salah satu konsumen yang sudah menjadi nasabah dan dia secara tidak langsung menceritakan atau mempromosikan tentang keunggulan-keunggulan yang ada di BMT itu. Setelah mendengarkan penjelasan tentang keunggulan produk-produk yang ada di BMT tersebut, secara tidak langsung banyak yang tertarik untuk ikut menggunakan produk-produk yang ada di BMT. Salah

[63] Ani Rokhmatin, *Wawancara*, Gresik, 29 Agustus 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

satunya yang paling banyak menggunakan ialah produk tabungan mudharabah.[64]

Pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan karena suatu strategi pada dasarnya merupakan suatu skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Untuk mengetahui apakah strategi tersebut berhasil atau tidak harus ada efek yang ditimbulkan oleh strategi seperti apa yang telah di terapkan pada strategi *word of mouth* untuk menarik para calon konsumen agar mau menabung di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik. Maka penerapan strategi *word of mouth* ini dirasa sudah menimbulkan efek karena adanya peningkatan data calon konsumen yang baru dan puasnya para konsumen dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik. hal tersebut dapat dibuktikan dengan komentar salah satu konsumen BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik yang mana dengan bantuan dana dari pihak BMT Nurul Jannah keinginan untuk berwirausaha kecil-kecilan bisa terwujud.

a. Syamsudin (membuka warkop)

Syamsudin adalah salah satu konsumen di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik, syamsudi berumur 31 tahun. Syamsudin merupakan kepala rumah tangga dari istri dan 2 orang anaknya, ia

[64] Arifin, *Wawancara*, BMT Nurul Jannah Gresik, 29 Agustus 20017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tinggal dirumah sederhana sambil membuka usaha warung kopi disekitar lingkungan petrokimia gresik.

> "Saya sudah 2 tahun menjadi konsumen di BMT Nurul Jannah ini, dan alhamdulilah berkat bantuan dari pihak BMT Nurul Jannah saya bisa mebuka usaha warkop dirumah dan bisa mencukupi kebutuhan sehari-hari keluarga saya".

Dan juga tabungan saya setiap bulannya selalu bertambah walaupun hanya sedikit tapi menurut saya itu sudah cukup bagus dibandingkan di bank-bank. Menurut saya lebih bagus menabung disini.

b. Ibu Linda (Membuka warung penyetan)

Ibu Linda juga merupakan salah konsumen di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik, Ibu Linda berumur 38 tahun. Ibu Linda adalah ibu dari 3 anak, Ia tinggal bersama suami dan anak-anaknya di sebuah rumah sederhana di lingkungan Petrokimia Gresik. Ibu Linda dan suaminya berasal dari jember namun pindah ke Surabaya karena pekerjaan suaminya.

Hidup serba pas-pasan tak lantas membuat Ibu Linda mengeluh. Ia tetap mensyukuri dan terus berikhtiar agar dapat membantu suaminya mencari penghasilan guna mencukupi kebutuhan keluarga. Kemudian disaat ia sedang ngobrol dengan para tetangganya ada salah satu ibu-ibu yang bercerita kalo ia mendapat modal untuk untuk usaha dari BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik ibu itu juga senang dengan kualitas pelayanan yang di berikan oleh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pihak BMT Nurul Jannah. Dari situ ibu linda kemudia tertarik untuk meminjam modal dan menabung di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik. Setelah itulah kemudian ibu linda bisa bikin usaha penyetan sampai dengan sekarang.

Dari beberapa pendapat para konsumen BMT Nurul Jannah tadi, bisa disimpulkan bahwa strategi *word of mouth* ini merupakan strategi yang cukup jitu untuk menarik para konsumen dan ditambah lagi para konsumen itu sendiri merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik. Adapun keuntungan/kelebihan dari strategi WOM ini adalah:

a. Strategi ini sangat mudah dilakukan karena sudah kita terapkan dalam kehidupan kita sehari-hari.
b. Strategi Word of mouth menjadi jalan bagi BMT, untuk memahami secara dekat bagaimana gambaran karakter masyarakat di sekitar lingkungan BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik maka perlu pendekatan secara langsung yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumen dengan begitu secara tidak langsung para konsumen tersebut senang ddan puas kemudian mereka menceritakan kepada orang lain yang mana secara tidak langsung mereka telah membantu mempromosikan produk BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik.
c. Lewat strategi WOM ini BMT Nurul Jannah secara tidak langsung juga telah menerapkan ajaran islami yaitu mempererat ikatan silaturahmi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

antar sesama konsumen dan membantu para konsumen yang membutuhkan modal untuk membuat suatu usaha.

Berdasarkan kelebihan tersebut BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik mengalami peningkatan dalam jumlah konsumen setiap tahunnya. Berikut disajikan data konsumen dari tahun 2011 sampai 2016:

Tabel 3.4

Data Banyak Konsumen BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik

No	Tahun	Data banyak konsumen per-tahun
1	2011	75
2	2012	84
3	2013	97
4	2014	115
5	2015	132
6	2016	151
	Total	654

Sumber: Data Koperasi BMT Nurul Jannah PT Petrokimia Gresik.

Sedangkan faktor penghambat yang dihadapi dalam melakukan strategi word of mouth terhadap keputusan calon konsumen memilih tabungan mudharabah di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik adalah :

1. Kurangnya SDM, yakni kurangnya tenaga kerja dari pihak BMT dikarenakan mereka sibuk dengan pekerjaan mereka masing-masing.
2. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang BMT dan masih kalah bersaing dengan bank-bank terdekat.
3. Kemajuan dalam teknologi yang semakin berkembang di zaman modern seperti sekarang ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id