

**TINJAUAN EKONOMI ISLAM TERHADAP STRATEGI
BAITUT TAMWIL MUHAMMADIYAH RIAU DALAM
MENINGKATKAN USAHA KECIL
(Studi Kasus di pasar Arengka Pekanbaru)**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum untuk memenuhi salah
satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.Ei)**



Oleh:

ESI YANA

NIM : 10725000064

**PROGRAM S1
JURUSAN EKONOMI ISLAM**

**FAKULTAS SYARI'AH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM**

RIAU

2011

ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah : **“Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dalam Meningkatkan Usaha Kecil (Studi kasus di pasar Arengka Pekanbaru).**

Adapun masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dalam meningkatkan usaha kecil, bagaimana pandangan nasabah terhadap strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dalam meningkatkan usaha kecil yang berada di pasar Arengka Pekanbaru. Adapun tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dalam meningkatkan usaha kecil, untuk mengetahui pandangan nasabah terhadap strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dan untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap Strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang dilakukan pada Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau yang berada di pasar Arengka Pekanbaru. Sumber data yang penulis gunakan terdiri dari sumber data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dari kedua belah pihak yaitu: pengurus Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dan para pedagang dan sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui penelaahan buku-buku yang berkaitan dan menunjang penelitian ini. Setelah data terkumpul penulis melakukan analisa data dengan menggunakan metode deskriptif.

Dari penelitian yang dilakukan penulis dapat disimpulkan bahwa strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dalam meningkatkan usaha kecil dengan menggunakan strategi manajemen Islami yang terdiri dari *siddiq, amanah, tabligh, fathonah* dan *fastabiqul khairot*, menurut pandangan nasabah terhadap strategi yang diterapkan oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau telah menunjukkan hasil yang baik dimana nasabah merasa puas dan nyaman dalam berhubungan baik dengan jasa penyimpanan dana maupun pembiayaan, nasabah mendapatkan kemudahan dan keringanan dalam memperoleh pembiayaan dan pedagang kecil yang berada di pasar Arengka Pekanbaru merasa terbantu untuk mengembangkan usaha dagangannya melalui strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dalam meningkatkan usaha kecil mereka. Menurut tinjauan ekonomi Islam tentang strategi yang dilakukan Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dalam meningkatkan usaha kecil yang berada di pasar Arengka Pekanbaru telah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
E. Kerangka Teori.....	7
F. Metode Penelitian.....	7
G. Sistematika Penulisan.....	10

BAB II : GAMBARAN UMUM BAITUT TAMWIL MUHAMMADIYAH

RIAU

A. Sejarah Beridirinya	11
B. Manajemen Dan Struktur Organisasi.....	15
C. Sumber Modal.....	21

BAB III : TINJAUAN UMUM MENGENAI STRATEGI

A. Pengertian dan Macam-macam Strategi.....	23
---	----

B. Strategi-strategi Lembaga Keuangan Syari'ah.....	35
1. Produk Penyaluran Dana.....	35
2. Penghimpun Dana.....	42
3. Produk Jasa.....	43

BAB IV : PENGEMBANGAN USAHA KECIL OLEH BAITUT

TAMWIL MUHAMMADIYAH RIAU

A. Strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau.....	45
1. Strategi Manajemen Islami.....	45
2. Membuat Persepsi Produk Unggulan.....	49
3. Kepemimpinan yang Memberi Arah dan Memahami Realitas Pasar.....	57
B. Pandangan Nasabah Terhadap Strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau.....	58
C. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau.....	61

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68

Daftar Pustaka

Lampiran-lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel I:	Bulanan Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau.....	53
Table II:	Mingguan Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau.....	54
Table III:	Harian Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.	Struktur Organisasi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau.....	17
-----------	--	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa dihindarkan dari kehidupan bermasyarakat, tidak dapat hidup sendiri. Manusia memerlukan pertolongan satu sama lainnya dan dukung mendukung dalam memperoleh kemajuan. Oleh sebab itu, manusia tidak dapat menghindarkan dari kerjasama antara satu dengan yang lainnya bila ingin mencapai tujuan dan kebahagiaan dalam hidupnya dan siapa yang menghindar dari kenyataan tersebut berarti akan membawa dirinya kepada kemunduran dan kelemahan.¹

Seiring dengan perkembangan perdagangan dunia maka perkembangan perbankan pun semakin pesat karena perkembangan dunia perbankan tidak terlepas dari perkembangan perdagangan. Dalam kehidupan, bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya.²

Kemudian dalam perkembangan selanjutnya kegiatan operasional perbankan berkembang lagi menjadi tempat penitipan uang atau yang

¹ Umar Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, (Jakarta: Gema Insane Press, 2000), hal 7

² Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000), h. 23

disebut sekarang ini kegiatan simpanan. Berikutnya kegiatan bertambah dengan kegiatan meminjam uang.³

Sedangkan lembaga keuangan lainnya atau lembaga keuangan non bank diantaranya adalah Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau yang ada di pasar Arengka Pekanbaru.

Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau merupakan lembaga keuangan yang menerapkan sistem syariah. Dengan adanya lembaga keuangan seperti Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau ini, usaha kecil yang ada di pasar Arengka lebih mudah mendapatkan modal usaha untuk pengembangan usahanya.⁴

Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau merupakan bagian dari Koperasi Perdana Wahana Mentari yang kegiatannya sebagai lembaga keuangan simpan pinjam masyarakat khususnya untuk usaha kecil. Koperasi Perdana Wahana Mentari adalah amal usaha Muhammadiyah dibidang perekonomian yang berkedudukan di Jln, KH. Ahmad Dahlan No. 80 Pekanbaru.

Awal sebelum adanya Baitut Tamwil Muhammdaiyah Riau, pedagang kecil di pasar Arengka Pekanbaru mendapatkan dana usahanya dari rentenir-rentenir⁵ yang menetapkan pengembalian atas pinjaman dengan bunga yang tinggi, hal ini membuat pengusaha kecil merasa terbebani karena

³ *Ibid*

⁴ Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau yang berada di pasar Arengka Pekanbaru, yang berdiri dibawah Koperasi Perdana Wahana Mentari yang berkedudukan di Jln. KH, Ahmad Dahlan, NO. 88 Sukajadi Pekanbaru

⁵ Orang yang mencari nafkah dengan membungakan uang, tukang riba, pelepas uang, lintah darat

pendapatan yang mereka terima tidak sesuai dengan pinjaman kepada rentenir. Sehingga usaha pedagang di pasar Arengka Pekanbaru sulit sekali untuk meningkat.

Maraknya rentenir ditengah-tengah masyarakat mengakibatkan masyarakat terjerumus pada masalah ekonomi yang tidak menentu. Besarnya pengaruh rentenir terhadap perekonomian masyarakat tidak lain karena tidak ada unsur yang cukup akomodatif dalam menyelesaikan masalah mereka. Oleh karena itu Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau hadir ditengah masyarakat yang lagi kesusahan, dan diharapkan mampu mengatasi dan memperbaiki kondisi ini.⁶

Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau hadir dengan menawarkan produk-produknya baik dalam menghimpun dana maupun menyalurkan dana. Sebagai salah satu lembaga keuangan, Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau bukan hanya sekedar melaksanakan kegiatan menawarkan produknya untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada pengusaha kecil, tetapi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau juga mempunyai tujuan dalam mengembangkan perekonomian masyarakat terutama dalam meningkatkan usaha kecil yang berada disekitar lingkungannya, disamping juga tingginya persaingan yang ada sekarang, agar usahanya tetap berjalan dengan lancar Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau melakukan strategi yang merupakan cara yang ditempuh perusahaan untuk menumbuhkan kekuatan bersaing. Perusahaan-perusahaan di era global yang dikembangkan dari respon yang

⁶.Hendarti, (Pimpinan Cabang) *Wawancara*, Tanggal 28 Januari 2011

kreatif terhadap perubahan-perubahan internal dan atau eksternal perusahaan.⁷

Menurut Suyanto, Strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan bersaing, menjadi spesialisai, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama dari pada menjadi yang lebih baik.⁸

Masyarakat atau nasabah merupakan modal yang sangat berharga demi kelangsungan suatu perusahaan terutama sekali suatu lembaga keuangan yang tidak terlepas dari masyarakat yang akan mempergunakan jasanya baik di bidang investasi maupun jasa.

Kegiatan Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau sama dengan lembaga keuangan lainnya seperti menabung dan memberikan pembiayaan kepada usaha kecil yang membutuhkan modal usaha sebagai pengembangan usahanya. Kegiatan Baitut Tamwil Muhammadiyah merupakan salah satu bentuk tolong menolong, kerjasama, saling menutupi kebutuhan dan tolong-menolong dalam kebajikan.

Hal ini sesuai dengan Firman Allah dalam Surat Al-Maidah ayat 2.⁹



⁷ Lena Ellitan, *Manajemen Strategi Operasi*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 38

⁸ Suyanto, *Marketing strategi Top Brand Indonesia*, (Yogyakarta: Andi, 2007), h. 16

⁹ Departemen Agama R.I., *Al-Quran dan Terjemahan*, (Jakarta: CV. Toha Semarang, 1989), h. 157

3. Pandangan Ekonomi Islam terhadap strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dalam meningkatkan usaha kecil?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui bagaimana strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dalam meningkatkan usaha kecil.
- b. Untuk mengetahui bagaimana pandangan nasabah terhadap strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau.
- c. Untuk mengetahui bagaimana pandangan Ekonomi Islam terhadap strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dalam meningkatkan usaha kecil.

2. Manfaat Penelitian

- a. Digunakan sebagai syarat mengajukan skripsi pada Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum.
- b. Sebagai bahan kajian, rujukan, dan perbandingan sekaligus menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi.
- c. Menambah wawasan bagi penulis dalam mengetahui, membahas serta menetapkan hukum terhadap suatu fakta atau kenyataan.

E. Kerangka Teori

a. Pengertian Strategi

Menurut Jack Trout dalam bukunya *Trout On Strategy*, seperti dikutip oleh Suyanto, inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama dari pada menjadi yang lebih baik.¹⁰

Bertolak dari teori Jack Trout dalam bukunya tersebut maka, strategi dapat disimpulkan bahwa strategi meliputi diantaranya:

1. Kemampuan hidup didunia kompetitif.
2. Membuat persepsi yang baik dibenak konsumen menjadi tampil beda.
3. Kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar.

F. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau yang berlokasi di pasar Arengka Jalan Adi Sucipto Pekanbaru. Lokasi ini dipilih karena Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau ini merupakan salah satu lembaga keuangan yang membantu masyarakat kecil untuk menjalankan usahanya. Selain itu lokasi terjangkau dan diharapkan data-data dapat dikumpulkan seakurat mungkin.

2. Subjek dan Objek Penelitian

¹⁰ Suyanto., Op, Cit., h. 16

- a. Subjek penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau di pasar Arengka.
- b. Objek penelitian adalah strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dalam meningkatkan usaha kecil di pasar Arengka.

3. Populasi dan Sampel

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini terdiri dari: Pimpinan dan karyawan sebanyak 10 orang, dan nasabahnya sebanyak 415 orang. Mengingat jumlahnya banyak, maka penulis mengambil sampel dengan menggunakan random sampling sebanyak 10% dari populasi sebanyak 40 orang dan keseluruhannya dijadikan subjek penelitian.

4. Sumber Data

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari pimpinan, karyawan dan nasabah dengan melakukan wawancara.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari, buku-buku dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian.

5. Metode Pengumpulan Data

- a. **Observasi**

Yaitu peneliti mengadakan pengamatan langsung di lokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran yang tepat terhadap masalah yang akan diteliti.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah semua bentuk file-file, dokumen, atau arsip dari koperasi dan buku-buku perpustakaan yang dapat dijadikan pedoman, dan buku-buku yang berkaitan dengan penulisan ini.

c. Wawancara

Yaitu suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengajukan tanya jawab langsung kepada setiap subjek penelitian.

6. Metode analisa data

Dalam menganalisa data yang dilakukan pada penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif, yaitu menganalisa data dengan cara menjelaskan atau menguraikan data-data dan informasi yang diperoleh dari penelitian.

7. Metode Penulisan

Dalam penulisan ini penulis menggunakan metode sebagai berikut:

- a. Deduktif, yaitu dengan menggambarkan kaedah umum yang ada kaitannya dengan penelitian ini, dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.

- b. Induktif, yaitu dengan menggambarkan kaedah khusus yang ada kaitannya dengan penelitian ini, kemudian diambil kesimpulan secara khusus dengan dianalisa terlebih dahulu.
- c. Deskriptif Analitik, yaitu dengan menggambarkan atau melukiskan kaedah subjek dan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan.

G. Sistematika Penulisan

- BAB I : Pendahuluan yang terdiri dari Latar Belakang, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penelitian.
- BAB II : Gambaran umum Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau yang meliputi sejarah berdirinya Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau, Visi dan Misi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau, Struktur Organisasi dan Sumber Dana.
- BAB III : Tinjauan umum, mengenai strategi yang meliputi: pengertian strategi, macam-macam strategi, strategi lembaga keuangan syariah.
- BAB IV :Aktivitas Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dalam meningkatkan usaha kecil, meliputi: strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau, tanggapan nasabah dan pandangan ekonomi Islam terhadap strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau.

BAB V : Penutup yang merupakan bagian akhir yang terdiri dari kesimpulan, dan saran-saran yang merupakan rekomendasi penulisan dalam penelitian ini.

BAB II

GAMBARAN UMUM BAITUT TAMWIL MUHAMMADIYAH RIAU

A. Sejarah Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau

Muhammadiyah merupakan sebuah lembaga yang memiliki komitmen kuat untuk melakukan gerakan dakwah agar ummat Islam di Indonesia beraqidah, beribadah, bermuamalah sesuai dengan tuntunan al-qur'an dan sunah *shahihah*. Muhammadiyah juga konsen dalam usaha memerangi keyakinan, pemahaman, dan pengalaman yang terkontaminasi oleh *takhayul*, *bid'ah* dan *churafat*. Hal-hal inilah yang ingin di cakup dan disosialisasikan kepada masyarakat.¹

Perserikatan Muhammadiyah Propinsi Riau saat ini mengembangkan amal usahanya di bidang *tablig*, pendidikan, kesehatan, sosial, ekonomi, dan sebagainya bukan suatu kebetulan, tetapi dirintis dengan semangat dan kerja keras para anggota perserikatan Muhammadiyah.²

Begitulah Majelis Ekonomi di PWM Riau membuka nuansa baru, yakni mendirikan sebuah Koperasi yang dinamakan Koperasi Perdana Wahana Mentari dengan mengedepankan asas kesejahteraan anggota Muhammadiyah.

¹ Ali Munir Asany, *Sinar sang Surya di Bumi Lancang Kuning*, (Pekanbaru: PWM Riau, 2006), Cet. Ke-1, h. ii

² *Ibid.*, hlm. V

Berdirinya Koperasi Perdana Wahana Mentari terdorong dengan merajalelanya rentenir-rentenir di pasar tradisional, yang sebenarnya menambah keterpurukan pedagang kecil dengan tingginya bunga yang ditawarkan. Maka Koperasi Perdana Wahana Mentari menetas produk barunya yang dinamakan Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM), yang memiliki tujuan menanggulangi masalah permodalan pedagang menengah kebawah dengan memberikan bantuan modal yang dapat di jangkau oleh pedagang dengan tambahan sedikit keuntungan yang disepakati.

Untuk manajemen maupun pengembangannya, dapat dikatakan BTM sama dengan BMT (Baitut Tamwil Muhammadiyah), hanya saja BTM lebih mengarah pada orientasi komersil yang membantu dan mendorong usaha kecil yang sangat membutuhkan modal usaha, sedangkan BMT adalah wadah yang megelola dana yang non-profit dan berorientasi pada aspek sosial yang keduanya mempunyai tujuan yang sama, yaitu mengembangkan perekonomian pengusaha kecil guna meningkatkan roda perekonomian disaat segala biaya kebutuhan sangat tinggi,

BTM berdiri dibawah naungan dan badan hukum Koperasi Perdana Wahana Mentari Riau dengan Akta Notaries Leni Guspidawati, SH, Nomor: 69 Tanggal 12 Juni 2007. Koperasi ini dipayungi oleh Majelis Ekonomi Pengurus Wilayah Muhammadiyah.

BTM mulai beroperasi pada Tanggal 02 April 2007 yang berada di Pasar Arengka Pekanbaru. Kemudian respon masyarakat sangat besar dengan kehadiran BTM ini, sehingga pada bulan November 2007 BTM

membuka dua buah kantor cabang yakni di gedung PWM Riau Jl. Kh. Ahmad Dahlan No. 88 Sukajadi Pekanbaru dan kantor cabang Payung Sekaki/ Palapa yang beralamat di Komplek Pasar Palapa Blok H 7-8 Jl. Durian Kec. Payung Sekaki Pekanbaru. Hanya saja di BTM cabang Sukajadi secara umum melayani karyawan amal usaha Muhammadiyah.

Dalam hal yang sama pula, BTM berencana menjangkau seluruh pasar tradisional skunder di Riau dengan *Share* di setiap pasar melebihi 50%. Sampai akhir tahun 2008, BTM Pasar Arengka di targetkan telah memiliki *Outlet* dan sampai tahun 2010 BTM telah memiliki lebih dari 30 *Outlet* yang tersebar di seluruh Riau.

Dengan mewujudkan cita-cita tersebut, saat ini BTM yang sekaligus bernaung di bawah PWM Riau sedang melakukan kerjasama dengan Bank Riau Syari'ah (BPD Riau Syari'ah cabang Pekanbaru). Kerjasama ini meliputi permodalan dan penyusunan sarana dan prasarana operasional yang diperlukan.³

Keberadaan BTM cabang Pasar Arengka Pekanbaru terletak pada tempat yang mempunyai prospek pasar yang bagus. Selain itu, BTM memandang kebutuhan pedagang dalam memasok barang bukan hal yang mudah bagi pedagang kecil. Karena itulah BTM hadir untuk memberikan solusi pedagang menengah kebawah dalam menarik tambahan modal untuk membangkitkan usaha perdagangan mereka.

³ Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau Pasar Arengka Pekanbaru, *Dokumentasi*, tahun 2008

BTM Pasar Arengka berada di Pasar Arengka Jl. Adi Sucipto Pekanbaru. Alasan BTM memilih Pasar Arengka menjadi tempat beroperasi ialah:

1. Pasar tradisional merupakan pusat kegiatan masyarakat ekonomi mikro/ kecil dan sejauh ini mereka tidak dapat menjangkau lembaga keuangan yang ada dengan pinjaman yang terbilang kecil, yakni seperti Bank umum maupun BPR.
2. Sejahter modal untuk membuka usaha yang memiliki pedagang pemula dibantu oleh rentenir. Pada karakternya, bantuan ini sangat menyulitkan pedagang. Ini disebabkan oleh tingginya bunga yang ditetapkan rentenir mencapai 29% per bulan dalam jangka waktu yang sangat pendek (40-60 hari).
3. Pasar Arengka pada saat pendirian merupakan pasar tradisional terbesar di Pekanbaru setelah pasar senapelan dibangun menjadi pasar modern.⁴

Dari keterangan diatas, Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau benar-benar menyeleksi dengan matang dalam mengambil kebijakan untuk beroperasi, termasuk pasar arengka yang dipilih sebagai lokasi yang strategis, seperti: lokasi yang terletak diperempatan jalur transportasi, jarak dan pasar tradisional lainnya.

⁴ *Ibid.*, h. 2

B. Visi dan Misi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau

1. Visi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau

Adapun yang menjadi visi BTM Pasar Arengka adalah:

“Menjadi lembaga Tajdid dan pengembangan ekonomi Ummat”.

2. Misi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau

- a. Mewujudkan gerakan dakwah dibidang Ekonomi Syari'ah
- b. Mengembangkan dan memberdayakan potensi ekonomi
- c. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi warga perserikatan
- d. Mendukung gerakan dakwah Muhammadiyah
- e. Mewujudkan masyarakat *Baldhatun Thoyyibatun Wa Rabbun Ghafur*.⁵

C. Manajemen dan Stuktur Organisasi Baitut Tamwil Muhammadiyah

Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau yang ada di pasar Arengka Pekanbaru memiliki 10 orang karyawan yang terdiri dari laki-laki 4 orang, dan perempuan 6 orang. Salah satu factor kunci kesuksesan Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau adalah manajemen sumberdaya manusia dan menyusun struktur organisasi seefisien mungkin, sehingga dari masing-

⁵ *Ibid.*, h. 3

masing komponen yang ada dapat bekerja sesuai dengan tugas dan wewenang yang di milikinya.

Upaya membangun manajemen yang baik terus dilakukan dengan rekrutmen dan training karyawan yang dilakukan secara terus menerus, dan saat ini Baitut Tamwil Muhammadiyah sedang memesan software yang memungkinkan transaksi outline untuk seluruh cabang-cabang.

Pada bulan November 2007, BTM Riau menambah outlet/kantor cabang yaitu:

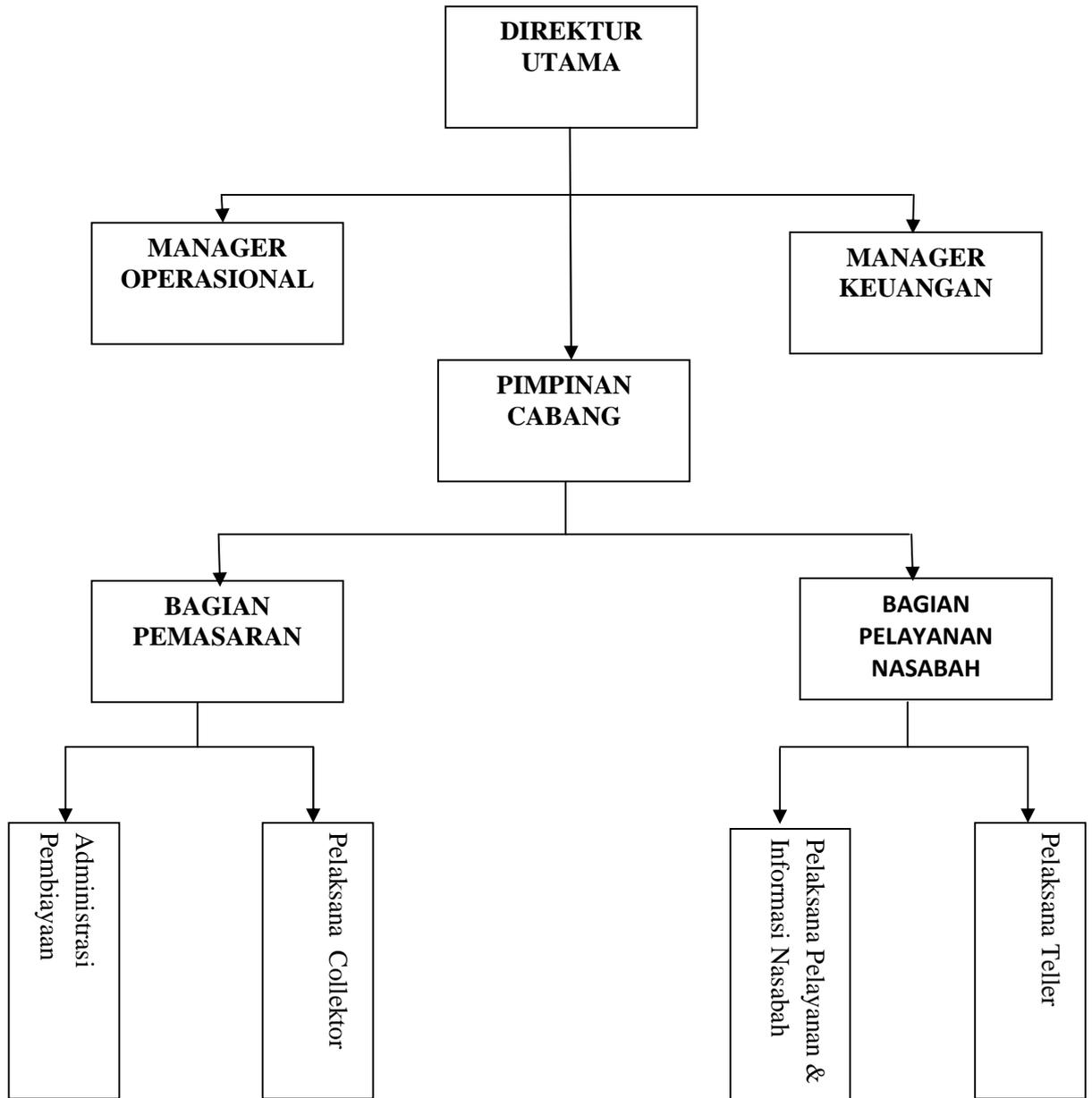
Pada Bulan Nopember 2007, BTM Riau menambah outlet/kantor cabang 2 yaitu :

1. BTM Riau Cabang Sukajadi
Beralamat di gedung PWM Riau Jl. KH Ahmadi Dahlan No. 88 Pekanbaru. Outlet ini secara khusus melayani karyawan amal usaha Muhammadiyah Riau
2. BTM Riau Cabang Payung Sekaki/Palapa
Beralamat di Kompl. Pasar Palapa Blok H 7- 8 Jl. Durian kecamatan Payung sekaki Pekanbaru.

Pada tahun 2008 BTM Riau menambah outlet/kantor cabang 3 yaitu :

1. BTM Riau Cabang Rengat
Beralamat dikompl. SMU Muhammadiyah Jl.R.Suprpto No.80 Rengat
2. BTM Riau Cabang Air Molek
Beralamat di kompl. Pasar Sri Gading No.47 Lt 2 Air Molek.

STRUKTUR ORGANISASI
BAITUTTAMWIL MUHAMMADIYAH RIAU



Untuk mempermudah kegiatan operasional perusahaan, dilakukan pendelegasian tugas dan tanggung jawab berdasarkan tiap bagian yang terdapat dalam perusahaan. Hal ini untuk mempermudah dalam garis koordinasi dan garis tanggung jawab. Maka disusunlah struktur organisasi yang menggambarkan pembagian tugas.

Dengan struktur organisasi yang disajikan perusahaan, maka garis tanggung jawab dan koordinasi sebagai berikut:

1. Direktur Utama

Direktur Utama adalah orang yang bertanggung jawab internal dan eksternal secara hukum atas seluruh kegiatan usaha Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dan peraturan lembaga keuangan mikro pada Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau yang ditetapkan.

2. Manager Keuangan.

1. Bertanggung jawab dalam pelaksanaan akuntan atas semua transaksi dan laporan keuangan Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau
2. Menyusun target pencapaian hasil pendapatan operasional
3. Melaksanakan penyusunan anggaran.

3. Manager Operasional

1. Bertanggung jawab dalam pelaksanaan kegiatan operasional Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau.

2. Mampu mengendalikan pelaksanaan kegiatan Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau terhadap pelayanan nasabah.
3. Secara teknis manager operasional dibantu oleh bagian lain yang berhubungan dengan teller dan pelayanan.
4. Pimpinan Cabang bertanggung jawab untuk:
 - a. Membuat rencana untuk mencapai target yang telah ditetapkan oleh manajemen.
 - b. Memimpin/ mengarahkan/ membimbing bawahan.
 - c. Menyetujui pembiayaan yang diberikan kepada nasabah.
 - d. Memonitor marketing dalam mencari dana.
5. Bagian pemasaran:
 - a. Bertanggung jawab dalam pelaksanaan kegiatan penyaluran kredit kepada nasabah yang membutuhkan dana pinjaman Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau untuk kegiatan pembukaan usaha atau lain sebagainya.
 - b. Mampu mengendalikan pelaksanaan di lapangan dari seluruh kegiatan yang direncanakan.
 - c. Bertanggung jawab atas keberhasilan dan pengembalian dana yang diberikan kepada nasabah.

d. Secara teknis dibantu oleh bagian-bagian pengamatan potensi pembiayaan.

6. Bagian Pelayanan Nasabah

Di dalam bagian ini terdiri dari pelaksanaan pelayanan dan informasi nasabah.⁶

1. Mengusahakan agar tercipta mutu pelayanan yang baik bagi nasabah sehingga tercapai tingkat efektifitas pekerjaan guna mencapai pelayanan yang optimal.
2. Memberikan informasi kepada setiap nasabah yang ingin berhubungan dengan Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau terutama peoduk-produk yang ada di Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau.
3. Memberikan pelayanan produk Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau secara khusus kepada nasabah.
4. Mengusahakan mutu pelayanan Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau.
5. Mengusahakan kelengkapan dokumentasi.
6. Bertanggung jawab terhadap kerahasiaan atas nasabah

⁶ *Ibid.*, h. 7

D. Sumber Modal

Pada awal berdirinya, BTM Pasar Arengka ini ditetapkan sebagai unit utama dari BTM yang ada di Pekanbaru.

Pada pembentukan BTM Pasar Arengka ini, modal awal yang diperoleh dari PWM Riau sebesar Rp 200.000.000,-.

Perkembangan secara umumnya sangat mengembirakan. Dari segi permodalan ini, BTM Pasar Arengka yang waktu itu sebagai BTM pertama untuk di Riau mulai bertahap menjadi tempat penyimpanan uang yang dipercaya baik dari kalangan organisasi-organisasi Muhammadiyah, pengurus/anggota Muhammadiyah maupun dari masyarakat umum yang bergabung di BTM Pasar Arengka ini.⁷

Adapun komposisi simpanan di BTM Pasar Arengka Pekanbaru (per 31 januari 2008) sebagai berikut:

1. Dana dari lembaga-lembaga Muhammadiyah	:Rp 1.110.000.000,-
2. Dana dari Warga Muhammadiyah	:Rp 112.000.000,-
3. Dana dari simpanan Warga masyarakat	:Rp 280.000.000,-
4. Dana dari pinjaman Bank Syariah	<u>:Rp 300.000.000,-</u>
Total	Rp 1.802.000.000,-

⁷ *Ibid.*, h. 9

Dari penjelasan rincian modal di atas dapat ditarik kesimpulan, bahwa tidak sedikit dana yang dibutuhkan dalam pendirian BTM Pasar Arengka Pekanbaru ini. Dana tersebut diperuntukkan untuk membuat manajemen yang berkualitas dalam pemberoian pembiayaan kepada para nasabah.

Selain untuk membangun manajemen yang bagus, BTM Pasar Arengka menggunakan dana tersebut untuk dikembangkan kembali dengan mendirikan cabang di pasar Palapa dan di gedung PWM Riau sendiri yakni BTM Sukajadi. Pada BTM Pasar Arengka Pekanbaru ini, total modal yang diperoleh diketahui (per 30 juni 2008) telah mencapai Rp 92.922.287,05. modal tersebut telah dijumlahi dari penyesuaian jumlah aktiva dan pasiva pembukuan akuntansi BTM Pasar Arengka Pekanbaru.⁸

⁸ *Ibid.*, h. 10

BAB III

TINJAUAN UMUM TENTANG STRATEGI

A. Pengertian dan Macam-macam Strategi

1. Pengertian Strategi

Menurut Webster's New World Dictionary, definisi strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi militer bersekala besar. Strategi adalah bagaimana menggerakkan pasukan keposisi paling menguntungkan sebelum pertempuran actual dengan musuh. John A. Byrne mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumberdaya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing dan faktor-faktor lingkungan.

Sementara itu, Jack Trout dalam bukunya Trout On Strategy, inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen menjadi beda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala,

kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama dari pada menjadi yang lebih baik.¹

Strategi bagi manajemen organisasi umumnya dan manajemen bisnis khususnya adalah rencana bersekala besar yang berorientasi jangkauan masa depan yang jauh serta ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang kesemuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran orang yang bersangkutan.²

Dari beberapa defenisi strategi diatas, maka ada beberapa unsur penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

- a. Strategi perusahaan adalah suatu kesatuan rencana perusahaan yang komprehensif dan terpadu yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan.
- b. Dalam menyusun strategi perlu dihubungkan dengan lingkungan menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan, sehingga dapat disusun kekeuatan strategi perusahaan.

¹ Suyanto, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, (Yogyakarta: Andi, 2007), h.16

² Siagian Sondang, p., *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Bumi Aksara 1995), h.17

- c. Dalam mencapai tujuan perusahaan terdapat berbagai cara yang perlu dipertimbangkan dan dipilih.

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi adalah kesatuan rencana perusahaan yang komprehensif dan terpadu yang dihubungkan dengan lingkungan perusahaan sehingga terbentuk kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.

2. Macam-Macam Strategi

A. Strategi Pemasaran

Pemasaran adalah suatu keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang dan jasa-jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Pemasaran adalah proses social dan manajerial dimana masing-masing individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk yang bernilai, bagi pihak lainnya.³

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Analisa, Perencanaan, Implementasi Pengendalian*, (Jakarta: PT Indeks,1993), h. 12

Strategi pemasaran merupakan batasan yang amat jelas tentang calon langganan atau nasabah dan merupakan kreasi gabungan dan cara pemasarannya guna memberikan pelayanan yang memuaskan nasabah yang ditargetkan, akan memperlancarkan unsur dari program pemasaran.⁴

Secara definitive Strategi Pemasaran adalah seperangkat sasaran, politik dan aturan-aturan yang terus menerus mengarahkan kegiatan pemasaran perusahaan pada tingkat kombinasi dan alokasinya.

Jadi strategi pemasaran adalah suatu proses sistematis dengan harapan tercapainya maksud dan tujuan. Strategi pemasaran dapat diterapkan secara efektif jika nasabah telah dapat diidentifikasi secara menyeluruh.

Pada dasarnya usaha dibidang perbankan merupakan usaha bidang pelayanan yang sudah tentu dibutuhkan interaksi yang sangat baik dari pihak-pihak yang berkaitan yang telah tersebut diatas. Bank harus cepat dalam mengantisipasi kemungkinan yang akan timbul

⁴ Dwiyono Chandady, *Strategi Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: LPFE-UI, 1990), h. 97

sehingga nasabah dapat dipertahankan sesuai dengan yang telah dirancang.⁵

B. Strategi Bersaing

Perusahaan bersaing untuk memenangkan konsumen dan strategi keunggulan pada dasarnya adalah bagaimana strategi untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih efektif dibanding dengan kemampuan para pesaing.⁶

Dalam dunia kompetitif, perusahaan harus bekerja keras untuk memilih nilai tambah. Kerja keras merupakan hal yang mendasar, perusahaan mencari dasar untuk membuat produk yang lebih baik dan memanfaatkan sumber daya secara efisien.

Dalam dunia perbankan terdapat beberapa strategi yang pada umumnya dilakukan oleh bank, antara lain:⁷

1. Strategi Produk

Pengertian produk menurut Philip Kotler adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli,

⁵ Vernon A. Musselman, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, (Jakarta: Tahun, 1990), h. 3

⁶ Faulkner, David and Bowmen, Cliff., *Strategy Competition*, (Jakarta: Anda,1997), h. 9

⁷ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001), Edisi Revisi cet. ke-5, h. 136

untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.⁸

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian.⁹

Dalam dunia perbankan dimana produk yang dihasilkan berbentuk jasa, adapun ciri-ciri produk yang berbentuk jasa antara lain:

- a. Tidak berwujud
- b. Tidak terpisahkan
- c. Beraneka ragam
- d. Tidak tahan lama.

Strategi produk yang dilakukan dalam dunia perbankan adalah:

- a. Penentuan logo dan moto

Pertimbangan pembuatan logo dan moto adalah sebagai berikut:

⁸ *Ibid.*, h. 123

⁹ *Ibid.*

1. Memiliki arti (dalam arti positif)
2. Menarik perhatian
3. Mudah diingat

b. Menciptakan Merek

Menciptakan merek harus mempertimbangkan:

1. Mudah diingat
2. Terkesan hebat dan modern
3. Memiliki arti (dalam arti positif)
4. Menarik perhatian

c. Menciptakan Kemasan

Dalam dunia perbankan kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah di samping juga sebagai pembungkus untuk beberapa jenis jasanya seperti buku tabungan, cek, bilyet giro, atau kartu kredit.¹⁰

d. Keputusan Label

Label merupakan sesuatu yang dilengketkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Di dalam label dijelaskan siapa yang membuat, di mana dibuat, kapan dibuat, cara

¹⁰ Kotler, and Amstrong, Gary., *Dasar-Dasar Pemasaran*, Alih Bahasa Aleksander Sandora, (Jakarta: PT. Perharlindo, 1997), h .274

menggunakannya, waktu kadaluwarsa, komposisi isi, dan informasi lainnya.

2. Strategi Harga

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang akan ditawarkan nantinya.¹¹

Bagi perbankan, terutama bank yang berdasarkan prinsip konvensional, harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, biaya iuran, dan biaya-biaya lainnya, sedangkan harga bagi bank yang berdasarkan prinsip syari'ah adalah bagi hasil.¹²

3. Strategi Promosi

Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku.

¹¹ *Ibid.*, h. 135

¹² *Ibid.*

Promosi merupakan salah satu dari kegiatan *marketing mix*. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kedua kegiatan diatas, baik produk maupun harga. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.¹³

Tujuan utama dari promosi yang akan dilakukan oleh perusahaan secara mendasar terdiri dari beberapa alternative yaitu:¹⁴

- a. Mengimpormasikan. Sebagai tujuan utama dari kegiatan promosi yang akan dilakukan adalah mengimpormasikan seluruh aspek-aspek dan kepentingn perusahaan yang berhubungan dengan konsumen dapat dilakukan sebaik-baiknya untuk dapat berupa: mengimpormasikan pasar mengenai produk baru, menyampaikan perubahan harga kepada pasar, mengimpormasikan jasa-jasa yang disediakan, meluruskan kesan yang salah dan membangun citra perusahaan.
- b. Mempengaruhi dan membujuk pelanggan sasaran. Kegiatan yang dilakukan dengan tujuan utama untuk mengubah persepsi pelanggan

¹³ Kasmir., *Op. Cit.*, h,155

¹⁴ Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2002), Edisi ke-2, h.339

terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, membentuk pilihan merk dan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian dengan segera.

- c. Mengingat, Melalui kegiatan promosi ini perusahaan berusaha mengingatkan konsumen sasaran yang selama ini dimiliki atas keberadaan perusahaan dan jasa yang dihasilkan yang tetap setia dan konsisten melayani konsumen. Kegiatan promosi yang bersifat mengingatkan dapat terdiri atas: membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kegiatan kampanye iklan dan menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.

Tanpa promosi, nasabah tidak akan mengenal bank. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik nasabah baru.

Ada lima metode yang dapat dilakukan oleh perusahaan atau bank dalam melaksanakan kegiatan promosi yaitu:¹⁵

¹⁵ Kasmir., *Op. Cit.*, h,156

1. Periklanan (*Advertising*). Melakukan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, koran majalah televise, atau radio.
2. Penjualan pribadi (*Personal Selling*). Merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah.
3. Publisitas (*Publicity*). Publisitas adalah merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalau sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atau social atau olah raga.
4. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*). Merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang- barang tertentu pula.

4. Strategi Pelayanan

Pelayanan (*service*) merupakan cara promosi secara tidak langsung yang dapat dilakukan oleh bank, karena apabila pelayanan yang diberikan kepada nasabah memuaskan, nasabah akan merasa puas dan hal ini dapat dijadikan alat untuk menarik nasabah lebih banyak lagi. Deposan tabungan biasanya mencari tempat yang aman dan

menyenangkan (*convenient*) bagi penyimpan dana-dananya dan tujuan penghasilan hanyalah nomor dua.

Jasa merupakan suatu produk yang tidak kentara yang aplikasi kegiatannya berupa *service* atau pelayanan. Didalam pemasaran jasa perbankan, pelayanan merupakan masalah utama yang harus ditangani. Hal ini disebabkan karena pemasaran jasa menyangkut kepada kepuasan nasabah.

Jadi pelayanan yang baik juga merupakan salah satu produk bank untuk menarik nasabah yaitu dengan memberikan segala kemudahan dan rasa aman bagi nasabah apabila hubungan dengan bank, sehingga dengan demikian dapat menunjang penawaran bagi produk-produk lain yang dihasilkan bank serta lebih mudah di dalam memasarkan produk-produk tersebut. Suatu pendekatan yang penting untuk menambah pengertian produk perbankan adalah penggolongan (mengklasifikasikan) produk atau pelayanan nasabah yang sama dalam satu kelompok.¹⁶

¹⁶ Murni Sumarni, *Marketing Perbankan*, (Yogyakarta: Liberty, 1993), h.187

B. Strategi Lembaga Keuangan Syari'ah

Pada sistem lembaga keuangan bank Syari'ah, pemilik dana menanamkan uangnya dibank tidak dengan motif mendapatkan bunga, tetapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil. Dana nasabah tersebut disalurkan kepada nasabah yang membutuhkan (misalnya modal usaha), dengan perjanjian pembagian keuntungan sesuai kesepakatan.

Secara garis besar, pengembangan produk bank Syari'ah dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu:

1. Penyaluran dana
2. Penghimpn dana
3. Jasa.¹⁷

1. Produk Penyaluran Dana

Setelah dana pihak ketiga (DPK) telah dikumpulkan oleh bank, maka sesuai dengan fungsi *intermediary*-nya maka bank berkewajiban menyalurkan dana tersebut untuk penbiayaan.¹⁸

¹⁷ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), h.88

¹⁸ *Ibid.*, h. 271

Pembiayaan merupakan fungsi bank dalam menjalankan fungsi penggunaan dana. Dalam kaitan dengan perbankan maka ini merupakan fungsi yang terpenting. Portofolio pembiayaan pada bank komersial menempati porsi terbesar, pada umumnya sekitar 55% sampai 60% dari total aktiva. Dari pembiayaan yang dikeluarkan atau disalurkan bank diharapkan mendapatkan hasil. Tingkat penghasilan dari pembiayaan (*yield on financing*) merupakan tingkat penghasilan tertinggi bagi bank. Sesuai karakteristik dari sumber dananya, pada umumnya bank komersial memberikan pembiayaan berjangka pendek dan menengah meskipun beberapa jenis pembiayaan dapat diberikan dengan jangka waktu yang lebih panjang. Tingkat penghasilan dari setiap jenis pembiayaan dapat diberikan dengan jangka waktu yang lebih panjang. Tingkat penghasilan dari setiap jenis pembiayaan juga bervariasi. Tergantung pada prinsip pembiayaan yang digunakan dan sektor usaha yang dibiayai.¹⁹

Berdasarkan UU no 7 tahun 1992, yang dimaksud pembiayaan adalah: “Penyediaan uang atau tagihan atau yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan tujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam

¹⁹ *Ibid.*, h. 272

antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu ditambah dengan jumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil”.

Pembiayaan dalam perbankan syariah atau istilah teknisnya aktiva produktif, menurut ketentuan Bank Indonesia adalah penanaman dana Bank Syari’ah baik dalam rupiah maupun valuta asing dalam bentuk pembiayaan, piutang, qardh, surat berharga Syariah, penempatan, perjetaan modal sementara, komitmen dan kontijensi pada rekening administrative serta sertifikat wadiah bank Indonesia.²⁰

Sedangkan menurut Muhammad pembiayaan adalah penyediaan dana dan/atau tagihan berdasarkan akad *Mudarabah* dan/atau *Musyarakah* dan/atau pembiayaan lainnya berdasarkan prinsip bagi hasil.²¹ Atau pembiayaan merupakan pendanaan, baik aktif maupun pasif, yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan kepada nasabah.²²

Berdasarkan kebijakan umum pembiayaan Bank Syariah maka jenis-jenis pembiayaan di Bank Syari’ah terdiri dari:

²⁰ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syari’ah*, (Yogyakarta : Ekonisia, 2004) Cet. Ke-1, Edisi 1 h. 196

²¹ *Ibid.*, h. 201

²² Muhammad, *Op. Cit.*, h. 304

a. Mudharabah

Pembiayaan *mudharabah* adalah perjanjian antara penanam dan pengelola dana untuk melakukan kegiatan usaha tertentu, dengan pembagian keuntungan antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.²³

Pembiayaan *Mudharabah* adalah pembiayaan seluruh kebutuhan modal pada suatu usaha untuk jangka waktu terbatas sesuai kesepakatan. Hasil usaha dibagi bersih antara bank sebagai penyandang dana (*shohibul maal*) dengan pengelola usaha (*mudharib*) sesuai dengan kesepakatan. Umumnya porsi bagi hasil ditetapkan bagi *mudharib* lebih besar dari pada *shohibul maal*. Pada akhir jangka waktu pembiayaan, dana pembiayaan dikembalikan kepada bank.²⁴ Jadi pembiayaan mudharabah merupakan pemberian modal kepada anggota yang mempunyai skill untuk mengelola usaha/proyek yang dimilikinya. Pembagian bagi hasil usaha ditentukan berdasarkan kesepakatan. Modal 100% dari *shohibul maal*, bagi hasil tidak ditetapkan dimuka dan sifatnya tidak tetap, tergantung fluktuasi keuntungan yang diperoleh.

²³ Ibid., h. 305

²⁴ Widya Ningsih, Dkk, *Bank dan Asuransi Islam Di Indonesia*, (Jakarta : Kencana, 2005), Cet. Ke-1, Edisi 1, h. 119

b. Musyarakah

Pembiayaan *musyarakah*, yaitu pembiayaan sebahagian kebutuhan modal pada suatu usaha untuk jangka waktu terbatas sesuai kesepakatan. Hasil usaha dibagi bersih antara bank sebagai penyandang dana (*shohibul maal*) dengan pengelola usaha (*mudharib*) sesuai dengan kesepakatan. Umumnya porsi bagi hasil ditetapkan sesuai dengan persentase kontribusi masing-masing. Pada akhir jangka waktu pembiayaan, dana pembiayaan dikembalikan kepada bank.²⁵

Musyarakah adalah kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.²⁶

Musyarakah merupakan pembiayaan sebagian dari modal usaha keseluruhan, dimana pihak bank akan dilibatkan dalam proses manajemen. Pembagian keuntungan berdasarkan perjanjian.²⁷

Syirkah merupakan suatu bentuk organisasi bisnis dimana dua orang atau lebih menyumbang pembiayaan dan manajemen bisnis,

²⁵ *Ibid.*, h. 120

²⁶ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah, Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), Edisi ke-2, h. 67

²⁷ Muhammad, *Bank Syari'ah, Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2006), Edisi ke-2, h. 20

dengan proporsi sama atau tidak sama. Keuntungan dibagikan menurut perbandingan yang sama (tetapi tidak selalu demikian) antara para mitra, namun kerugian akan dibagikan menurut proporsi kepada modal.²⁸

c. **Murabahah**

Bai' al-murabahah adalah prinsip bai' (jual beli) diman harga jualnya terdiri dari harga pokok barang ditambah nilai keuntungan (*riddun*) yang disepakati.²⁹

Murabahah adalah perjanjian jual beli antara bank dan nasabah dimana Bank Syari'ah membeli barang yang diperlukan oleh nasabah dan kemudian menjualnya kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga perolehan ditambah dengan margin/keuntungan yang disepakati antara nasabah dengan Bank Syari'ah.³⁰

Murabahah berarti memasok barang oleh penjual kepada pembeli dengan suatu margin keuntungan tertentu yang disetujui oleh kedua belah pihak.³¹

²⁸ Umar Chapra, *Towards a Just Monetary System*, Terjemahan Ikhwan Abidin (Jakarta: Gema Insani, 2000), h. 37

²⁹ Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syari'ah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2003), h. 39

³⁰ Muhammad, *Op. Cit.*, h. 201

³¹ Umar Chapra, *Op. Cit.*, h. 120

d. Salam

Jual beli salam merupakan pembelian barang yang dananya dibayar dimuka, sedangkan barang diserahkan kemudian.³²

Bai' as-salam adalah prinsip bai' (jual beli) suatu barang tertentu antara pihak penjual dan pembeli sebesar harga pokok ditambah nilai keuntungan yang disepakati, dimana waktu penyerahan barang dilakukan kemudian hari sementara penyerahan uang dilakukan dimuka (secara tunai).³³

e. Istishna

Bai' al-Istishna adalah salah satu pengembangan prinsip bai' as salam, dimana waktu penyerahan barang dilakukan dikemudian hari sementara pembayaran dapat dilakukan melalui cicilan atau ditangguhkan.³⁴

Bai al-Istishna merupakan kontrak jual beli barang dengan pesanan. Pembeli memesan barang kepada produsen barang, namun produsen barang berusaha memulai orang lain untuk membuat atau

³² Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), h. 169

³³ Sunarto Zukifli, *Op. Cit.*, h. 40

³⁴ *Ibid.*, h. 41

membeli barang tersebut sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan.³⁵

Al- Istishna adalah kontrak order yang ditanda tangani bersama antara pemesan dengan produsen untuk pembuatan suatu jenis barang tertentu atau suatu perjanjian jual beli dimana barang yang diperjual belikan belum ada.³⁶

2. Produk Penghimpun Dana

Penghimpun dana di Bank Syari'ah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional Syari'ah yang diterapkan dalam menghimpun dana masyarakat adalah prinsip wadi'ah dan mudharabah.

a. Wadi'ah

Prinsip wadi'ah yang diterapkan adalah wadi'ah yad dhamanah yang diterapkan pada produk rekening giro. Wadi'ah dhamanah berbeda dengan wadi'ah amanah. Dalam wadi'ah amanah, prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititip. Sementara itu, dalam hal wadi'ah dhamanah, pihak yang dititip (bank) bertanggung

³⁵ Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori Kepraktek*, (Jakarta: Gema Insni Press, 2001), h. 113

³⁶ Muhammad, *Op. Cit.*, h. 33

jawab atas keuntungan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

b. Mudharabah

Dalam mengaplikasikan prinsip mudharabah, penyimpanan atau deposit bertindak sebagai shahibul maal (pemilik modal) dan bank sebagai mudharib (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan murabahah atau ijarah seperti yang telah dijelaskan terdahulu. Dapat pula dana tersebut digunakan bank untuk melakukan mudharabah kedua. Hasil usaha ini akan dibagi hasilkan berdasarkan nisbah yang di sepakati.³⁷

3. Produk Jasa

a. Ijarah

Al Ijarah berasal dari kata *al ajru* yang berarti *al 'iwad* (pengganti). Oleh sebab itu *ats Tsawab* (pahala) dinamai *al aru* (upah). Menurut pengertian syara' al Ijarah berarti akad pemindahan hak guna dari barang atau jasa yang diikuti dengan pembayaran upah atau biaya sewa tanpa disertai pemindahan hak milik.³⁸

³⁷ Adi Warman Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), h. 108

³⁸ Muhammad Ridwan, *Op. Cit.*, h. 108

Ijarah adalah transaksi pertukaran 'ayn berbentuk jasa atau manfaat dengan dayn. Dalam istilah lain, Ijarah dapat juga didefinisikan sebagai akad pemindahan hak guna manfaat atas barang atau jasa, melalui upah sewa tanpa diikuti pemindahan hak kepemilikan atas barang itu sendiri.³⁹

Ijarah adalah perjanjian sewa menyewa suatu barang dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa.⁴⁰

b. Sharf (Jual Beli Valuta Asing)

Pada prinsipnya jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip sharf. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama.⁴¹

³⁹ Sunarto Zulkifli, *Op. Cit.*, h. 42

⁴⁰ Muhammad, *Op. Cit.*, h. 34

⁴¹ Adi Warman Karim, *Op. Cit.*, h. 112

BAB IV

STRATEGI BAITUT TAMWIL MUHAMMADIYAH RIAU DALAM MENINGKATKAN USAHA KECIL

A. Strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau

1. Strategi Manajemen Islami

Dalam manajemennya Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau mulai melakukan strategi dalam pengembangan usahanya, dengan menerapkan strategi manajemen Islami yang terdiri dari:

a. Siddiq

Dalam melakukan strategi pengembangan untuk meningkatkan usaha kecil Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau selalu mengikuti sifat Rasulullah dalam melakukan berdagang seperti sifat siddiq (benar, jujur). Siddiq merupakan sifat jujur dalam diri setiap muslim yang harus menjadi visi hidupnya karna hidup kita berasal dari yang Maha benar, maka kehidupan didunia pun harus dijalani dengan benar. Dengan demikian, dari konsep siddiq ini, kemudian akan muncul konsep ekonomi dan bisnis yang efektif (mencapai tujuan yang tepat, benar) dan efesiensi (melakukan kegiatan dengan benar, yakni menggunakan teknik dan metode yang tidak menyebabkan kemubaziran. Karena kalau mubazir berarti tidak benar).¹

¹ Hendarti, (Pimpinan Cabang), *Wawancara*, 1 Juli 2011

Setiap kegiatan manusia dalam perdagangan haruslah mengikuti kaidah-kaidah dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Allah. Usaha perdagangan di dalamnya terkandung tujuan-tujuan tata nilai samawi yang merupakan pembeda dengan pola perdagangan yang lain yang tidak Islam.

Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau menawarkan jasanya baik dalam menghimpun dana maupun menyalurkan dana kepada pengusaha kecil, selain itu Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau juga mempunyai tujuan dalam mengembangkan perekonomian masyarakat terutama dalam meningkatkan usaha kecil yang berada disekitar lingkungannya.

Dalam melakukan strateginya untuk meningkatkan usaha kecil Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau menerapkan sistem syari'ah yang meringankan para pengusaha kecil khususnya pedagang yang berada di Pasar Arengka Pekanbaru. Dengan sifat siddiq selaku lembaga keuangan non bank, Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau mampu membantu perekonomian pedagang khususnya pedagang di Pasar Arengka Pekanbaru.

b. Amanah

Amanah berarti tidak mengurangi apa-apa yang tidak boleh dikurangi dan sebaliknya tidak boleh ditambah, dalam hal ini termasuk juga tidak menambah harga jual yang telah ditentukan kecuali atas pengetahuan pemilik barang. Rasulullah memerintahkan setiap muslim untuk selalu menjaga amanah yang diberikan kepadanya.

Amanah (tanggung jawab, dapat dipercaya, kredibilitas) menjadi misi hidup setiap muslim karena seorang muslim hanya dapat menjumpai Sang Maha Benar dalam keadaan rido dan diridoi,² yaitu manakala menepati amanat yang telah dipikulkan kepadanya. Sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap individu muslim. Kumpulan individu dengan kredibilitas dan tanggung jawab yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang kuat, karna dilandasi oleh saling percaya antar anggotanya. Sifat amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karna tanpa kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.

Sikap amanah harus dimiliki oleh seorang pebisnis muslim. Sikap itu bisa dimiliki jika dia selalu menyadari bahwa apapun aktivitas yang dilakukan termasuk pada saat ia bekerja selalu diketahui oleh Allah SWT. Sikap amanah dapat dibangun dengan jalan saling menasehati dalam kebajikan serta mencegah berbagai penyimpangan yang terjadi. Sikap amanah akan memberikan dampak positif bagi diri pelaku, perusahaan, masyarakat, bahkan negara.

c. Tabligh

Sikap tabligh ini juga sangat penting bagi pebisnis, karena sikap ini berkaitan dengan bagaimana seorang pebisnis bisa meyakinkan

² Misral, (Manajer BTM), *Wawancara*, 1 Juli 2011

relasi atau pembeli dengan kemampuan komunikasi, sehingga pembeli tertarik untuk membeli barang tersebut.

Sifat *tabligh* (komunikasi, keterbukaan, pemasaran) merupakan teknik hidup muslim karena setiap muslim mengemban tanggung jawab dakwah, yakni menyeru, mengajak, memberi tahu.³ Sifat ini bila sudah mendarah daging pada setiap muslim, apa lagi yang bergerak dalam ekonomi dan bisnis, akan menjadikan setiap pelaku ekonomi dan bisnis sebagai pemasar yang tangguh dan lihai. Karena sifat *tabligh* merupakan prinsip ilmu komunikasi (personal maupun massal), pemasaran, penjualan, periklanan, pembentukan opini massa, *open manajemen*, iklim keterbukaan, dan lain-lain.

d. Fathonah

Fathonah berarti cakap atau cerdas. Sifat fathonah (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas) dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Karena untuk mencapai Sang Maha Benar seorang muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan olehnya. Potensi yang paling berharga dan termahal yang hanya diberikan kepada manusia adalah akal (intelektualitas).⁴

Implikasi ekonomi dan bisnis dari sifat ini adalah bahwa segala aktivitas harus dilakukan dengan ilmu, kecerdasan dan optimalisasi semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan. Jujur, benar, kredibel dan bertanggung jawab saja tidak cukup dalam ekonomi dan

³ Mesrawati, (karyawan), *wawancara*, 1 Juli 2011

⁴ Inna Hayati, (karyawan), *wawancara*, 1 Juli 2011

bisnis. Para pelaku harus pintar dan cerdik supaya usahanya efektif dan efisien, dan agar tidak menjadi korban penipuan.⁵

e. Fastabiqul Khairot

Adalah berlomba-lomba dalam kebaikan, jadi segala yang Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau berikan dan Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau lakukan untuk nasabahnya semata-mata karena Allah Ta'ala.

2. Membuat Persepsi Produk Unggulan

Adapun produk atau jasa yang paling diminati oleh pedagang kecil Pasar Arengka Pekanbaru yaitu produk pembiayaan murabahah. Pembiayaan murabahah (Pembiayaan Jual beli dengan sistim angsuran) merupakan pembiayaan untuk pembiayaan barang-barang modal/produksi. Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau akan membelikan kebutuhan peralatan produksi nasabah dan selanjutnya akan dijual kembali kepada nasabah dengan harga pokok di tambah margin yang disepakati Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dan nasabah. Selanjutnya nasabah dapat membayar harga barang tersebut kepada Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dengan cara mencicil dengan jangka waktu yang disepakati.⁶

⁵ Hendarti, (Pimpinan Cabang), *Wawancara*, 5 Juli 2011

⁶ Eko Mahardika, (Bagian Pembiayaan), *Wawancara*, 7 Juli 2011

Misal: Marini membutuhkan 1 unit sepeda motor untuk dipakai guna menunjang usahanya. Karena keterbatasan dana, maka Marini meminta pembiayaan melalui Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau. Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau selanjutnya memberi kuasa kepada Marini untuk membeli sepeda motor yang dimaksud dengan dana Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau. Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau selanjutnya menjual kepada Marini dengan harga pokok di tambah margin.

Adapun syarat/ ketentuan yang berlaku untuk memperoleh pembiayaan murabahah adalah sebagai berikut:

Syarat Umum

1. Debitur adalah pedagang pada tempat yang tetap di dalam Pasar Pagi Arengka atau dalam radius 500 m dari Pasar Arengka. Untuk hal ini debitur wajib melampirkan surat keterangan dari pengelola pasar yang telah disiapkan oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau.
2. Telah berdagang di Pasar Arengka sekurang-kurangnya 1 tahun terakhir secara terus menerus.
3. Lokasi usaha berada pada tempat yang aman dan tidak dalam wilayah yang berpotensi digusur oleh pemerintah Kota Pekanbaru.
4. Tidak terdapat informasi negative mengenai debitur.
5. Bersedia disurvei tempat usaha maupun rumah.
6. Bertempat tinggal dalam kecamatan Marpoyan Damai dan Kecamatan Tampan yang dibuktikan dengan KTP suami istri dan Kartu Keluarga.

7. Telah membuka rekening tabungan di Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau sekurang-kurangnya dalam waktu 2 (dua) minggu dengan mutasi aktif (sekurang-kurangnya 2 kali dalam 1 minggu transaksi setoran).⁷

Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dalam memberikan pembiayaan murabahah kepada nasabahnya atau pedagang kecil dipasar Arengka Pekanbaru dengan memberikan keringanan berupa:

1. Plafon yang akan diberikan minimal Rp 1.000.000 dan tertinggi Rp 10.000.000,
2. Peningkatan plafon akan dilakukan sesuai dengan tingkat kelancaran nasabah yang bersangkutan, dan akan diatur oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau.
3. Jangka waktu harus singkat minimal 50 hari dan maksimal 300 hari kerja.
4. Frekuensi pembayaran harus sesering mungkin, pembayaran dilakukan setiap hari kerja dan maksimum satu kali satu minggu.
5. Jika lewat jangka waktu yang telah ditentukan akan dikenakan denda 3,5%.
6. Pembiayaan diatas Rp 5.000.000 harus memberikan jaminan
7. Jenis Jaminan berupa:
 - a. BPKB, kendaraan roda dua tahun 2005 keatas
 - b. BPKB kendaraan roda empat tahun 2000 keatas
 - c. Surat tanah (SHM, SKGR)
 - d. Barang dagangan dan harta benda tak bergerak lainnya yang dianggap layak oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau

⁷ Hendarti, *Wawancara*, 7 Juli 2011

- e. Surat nikah dan ijazah asli.⁸

Jumlah Pembiayaan

Pembiayaan dari Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau maksimal adalah 80 % dari kebutuhan dana atau 80 % dari nilai pasar jaminan, (mana yang lebih kecil). Untuk saat ini, jumlah yang diperkenankan adalah minimal RP. 1000.000.- dan maksimal Rp. 10.000.000.- per debitur.

Margin

Margin untuk Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau adalah sekurang-kurangnya 3% dari besarnya pembiayaan untuk setiap bulannya.

Misal:

Jika harga barang yang dibeli seharga Rp. 5.000.000 dengan masa kredit 10 bulan, maka harga jual barang tersebut adalah :

$$\text{Cicilan} = \text{Rp. } 5.000.000 + (10 \times 3 \% \times 5.000.000)$$

$$= \text{Rp. } 5.000.000 + 1.500.000$$

$$= \text{Rp. } 6.500.000$$

$$= \text{Rp. } 650.000/\text{bulan}$$

$$= \text{Pokok} \quad : \text{Rp. } 500.000/\text{bulan}$$

$$\text{Margin} \quad : \text{Rp. } 150.000/\text{bulan}$$

⁸ Eko Mahardika, *Wawancara*, 7 Juli 2011

Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau

Table Bulanan

No	Bulanan	Angsuran Pokok	Angsuran Marjin	Total	Jumlah
1	Januari	500.000	150.000	6.500.000	650.000
2	Febuari	500.000	150.000	5.850.000	650.000
3	Maret	500.000	150.000	5.200.000	650.000
4	April	500.000	150.000	4.550.000	650.000
5	Mei	500.000	150.000	3.900.000	650.000
6	Juni	500.000	150.000	3.250.000	650.000
7	Juli	500.000	150.000	2.600.000	650.000
8	Agustus	500.000	150.000	1.950.000	650.000
9	September	500.000	150.000	1.300.000	650.000
10	Oktober	500.000	150.000	650.000	0
		5.000.000	1.500.000 =6.500.000		

Jika harga barang yang dibeli seharga Rp. 5.000.000 dengan masa kredit 40 minggu, maka harga jual barang tersebut adalah:

$$\text{Cicilan} = \text{Rp. } 5.000.000 + (4 \times 3 \% \times 5.000.000)$$

$$= \text{Rp. } 5.000.000 + 600.000$$

$$= \text{Rp. } 5.600.000$$

$$= \text{Rp. } 128.750/\text{minggu}$$

$$= \text{Pokok} \quad : \text{Rp. } 125.000/\text{minggu}$$

$$\text{Marjin} \quad : \text{Rp. } 150.000 : 40 = 3.750/\text{minggu}$$

Keterangan:

4 = Minggu

40 = Minggu (10 bulan).

Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau

Tabel Mingguan

No	Mingguan	Angsuran Pokok	Angsuran Marjin	Total	Jumlah
1	I	125.000	3.750	515.000	128.750
2	II	125.000	3.750	386.250	128.750
3	III	125.000	3.750	257.000	128.750
4	IV	125.000	3.750	128.750	0
		500.000	15.000 = 515.000		

Jika harga barang yang dibeli seharga Rp. 5.000.000 dengan masa kredit 300 hari, maka harga jual barang tersebut adalah :

$$\text{Cicilan} = \text{Rp. } 5.000.000 + (5 \times 3\% \times 5.000.000)$$

$$= \text{Rp. } 5.000.000 + 750.000$$

$$= \text{Rp. } 5.750.000$$

$$= \text{Rp. } 17.500/\text{hari}$$

$$= \text{Pokok} \quad = \text{Rp. } 17.000/\text{hari}$$

$$\text{Marjin} \quad = \text{Rp. } 150.000 : 300 = 500/\text{hari}$$

Keterangan :

5 = hari

300 = hari (10 bulan).

Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau

Table Harian

No	Harian	Angsuran Pokok	Angsuran Marjin	Total	Jumlah
1	Pertama	17.000	500	87.500	17.500
2	Kedua	17.000	500	70.000	17.500
3	Ketiga	17.000	500	52.500	17.500
4	Keempat	17.000	500	35.000	17.500
5	kelima	17.000	500	17.000	0
		85.000	2.500 = 87.500		

Tenor (jangka waktu) & Pembayaran

1. Tenor maksimum adalah 10 (sepuluh) bulan
2. Pembayaran atas cicilan pembiayaan, wajib dilakukan debitor sekurang-kurangnya sekali dalam 1 minggu. Jumlah pembayaran setiap minggu tersebut adalah kewajiban setiap bulan di bagi 4.
3. Debitur diperkenankan melakukan pelunasan dipercepat dari seharusnya. Dalam hal pelunasan dipercepat, maka debitor tetap diwajibkan membayar nisbah Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau secara penuh untuk bulan berjalan.

4. Besarnya cicilan setiap bulan adalah :

(Plafon pinjaman/ tenor) + Nisbah bagi hasil Kreditur

Jaminan

Jaminan yang diperkenankan adalah :

1. Sepeda motor dengan tahun terendah tahun 1990 dan kondisi layak jalan.
2. Mobil dengan tahun terendah 1980 untuk non sedan dan 1975 untuk jenis sedan dan kondisi layak jalan.
3. Tanah kosong dan atau tanah bangunan dengan bukti hak SKGR atau SHM/SHGB. Setiap jaminan tanah dan atau tanah dan bangunan, maka wajib atas nama debitur atau istri atau anak atau orang tua.
4. Surat tanda bukti kepemilikan kios dan lapak yang disertai kuasa untuk mengalihkan hak yang telah dilegalisasi oleh pemilik/pengelola pasar.
5. Tabungan dan simpanan berjangka.
6. Khusus untuk jaminan kendaraan diberlakukan ketentuan sebagai berikut :
 - STNK dalam keadaan masih berlaku
 - Fisik kendaraan layak jalan yang diverifikasi dengan survey
 - Kendaraan dalam penguasaan calon debitur
 - Wajib melampirkan bukti cek fisik dari Samsat.

Biaya-Biaya

1. Biaya provisi 1 % dari plafon kredit, atau sekurang-kurangnya Rp. 20.000.-
2. Biaya administrasi Rp. 30.000.-
3. Meterai secukupnya

Denda/Biaya Penagihan

1. Setiap keterlambatan lebih dari 2 (dua) hari (Tidak termasuk hari Minggu/hari besar) dari tanggal jatuh tempo yakni setiap minggu, maka debitur akan dikenai denda berupa biaya penagihan sebesar 5 % dari jumlah tunggakan untuk setiap kali penagihan.
2. Jika jaminan harus di eksekusi, maka debitur dikenai seluruh biaya eksekusi sejumlah yang telah dikeluarkan Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau di tambah pinalti penjualan sebesar 5 % dari nilai penjualan kotor yang merupakan pendapatan Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau.

3. Kepemimpinan yang Memberi Arah dan Memahami Realitas Pasar

Strategi yang dilakukan oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau juga dalam hal memberikan arah dan memahami realitas pasar. Dalam hal ini arah kepemimpinan yang dijalankan oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau adalah:

a. *Service excellence* (pelayanan prima)

Memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah, sehingga nasabah merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi, dan merasa dihargai sehingga nasabah merasa puas.

b. *Jaringan/net working*

Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau memiliki jaringan kerjasama dengan lembaga keuangan lainnya dengan baik, sehingga bisa menambah usahanya dengan menambah cabang-cabang diberbagai daerah, selain itu juga kerjasama antar tim karna kekompakan dan kebersamaan dalam memajukan Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau harus tetap terjaga.

c. *Positioning/berfikir positif*

Selalu berfikiran positif untuk kemajuan Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau kedepannya, sehingga apapun yang terjadi, Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau selalu berusaha untuk menjaga nama baik dan citra Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau itu sendiri.

B. Pandangan Nasabah Terhadap Strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau

Strategi yang telah diterapkan oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dalam meningkatkan usaha kecil di pasar Arengka Pekanbaru telah memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha kecil dipasar

tersebut. Dimana strategi tersebut mengandung prinsip-prinsip yang sesuai Islam.

Berdasarkan strategi yang telah diterapkan oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau tersebut menurut nasabah berdasarkan hasil penelitian penulis menunjukkan hasil yang baik dimana nasabah merasa puas dan nyaman dalam berhubungan baik dengan jasa penyimpanan dana maupun pembiayaan. Nasabah mendapatkan kemudahan dan keringanan dalam memperoleh pembiayaan dengan mendapatkan pelayanan yang memuaskan.⁹

Dari segi prinsip yang diterapkan oleh Baitut Tawil Muhammadiyah Riau, pedagang kecil di pasar Arengka Pekanbaru menyatakan bahwa Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau telah sesuai dengan cara Islam seperti tidak melakukan perbuatan yang tidak memakan riba, tidak membiayai usaha yang haram, tidak melakukan kezoliman (*rentenir*).¹⁰

Dilihat dari sisi persepsi membuat produk unggulan Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau pada dasarnya mempunyai tiga produk pembiayaan yaitu: *murabahah*, *ijaroh*, dan *mudharobah*. Akan tetapi produk yang paling diminati oleh para pedagang kecil di pasar Arengka Pekanbaru adalah pembiayaan *murabahah*.

Adapun alasan mereka lebih memilih pembiayaan *murabahah* dikarenakan:

⁹ Sumarni, (Pedagang Pakaian di pasar Arengka Pekanbaru), *Wawancara*, 17 Juli 2011

¹⁰ Ledis Sinambela, (Pedagang Cabe, di pasar Arengka Pekanbaru), *Wawancara*, 17 Juli 2011

1. Jangka waktu pembiayaan singkat (100 hari)

Maksudnya jangka waktu yang akan diperoleh pedagang kecil tidak terlalu lama/panjang, sehingga pedagang merasa ringan untuk mengembalikan pinjaman. Dengan jangka waktu pembiayaan yang singkat pedagang bisa berlomba untuk lebih giat berusaha mengembalikan pinjaman tersebut.

2. Ringannya margin pengembalian pinjaman

Pembiayaan jangka waktu singkat ini biasanya pembiayaan yang diberikan dengan jumlah berkisar 1.000.000 sampai dengan 10.000.000. dengan bagi hasil 3%. Maksudnya pedagang kecil yang ada di pasar Arengka Pekanbaru bisa meminjam modal usaha dengan bagi hasil yang cukup ringan. Namun apabila pedagang di pasar Arengka terlambat mengembalikan pinjaman maka akan dikenai denda menjadi 3,5%.

3. Kebutuhan langsung diperoleh

Maksudnya pembiayaan murabahah ini, dimana para pedagang bisa memperoleh uang secara tunai untuk membeli kebutuhan dagangannya.

4. Jelasnya porsi bagi hasil kedua belah pihak

Banyaknya yang memilih pembiayaan murabahah ini salah satu faktornya jelasnya porsi bagi hasil yang dituangkan di dalam akad. Apabila pedagang atau nasabah keberatan dengan porsi keuntungan bagi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau, mereka boleh tidak melanjutkan

akad tersebut. Tetapi jika pedagang atau nasabah menyetujui porsi bagi hasil antar kedua belah pihak maka perjanjian tersebut bisa ditindak lanjuti.¹¹

C. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau

Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau merupakan sebuah lembaga keuangan non bank yang telah memberikan berbagai jasa seperti lembaga keuangan lainnya dalam upaya meningkatkan usaha kecil. Pedagang kecil yang berada di pasar Arengka Pekanbaru mempunyai peluang yang besar dan cukup baik dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di daerah tersebut.

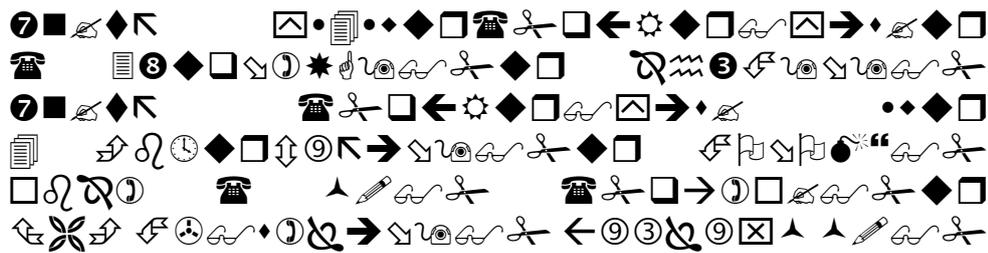
Islam menurut Yusuf Qordowi seperti yang dikutip oleh Muklis¹², dalam skripsinya, mendorong ummatnya untuk mencari rezeki yang berkah, mendorong berproduksi dan menekuni aktivitas ekonomi diberbagai bidang usaha, seperti pertanian, perkebunan, perdagangan, maupun industry. Dengan bekarja, setiap individu baik kaum karabatnya, memberikan pertolongan kepada yang membutuhkannya, ikut berpartisipasi bagi kemaslahatan ummat dan berinfaq dijalan Allah dalam menegakkan kalimatnya.¹³

¹¹ Sudirman, (Barang Harian, di pasar Arengka Pekanbaru), *Wawancara*, 17 Juli 2011

¹² Mukhlis, *Prospek Usaha Pedagang Pasar Keliling Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, (Skripsi: UIN, 2011), h.50

¹³ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), Cet. ke-2, h. 24

Kegiatan Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau merupakan salah satu bentuk tolong menolong, kerjasama, saling menutupi kebutuhan dan tolong menolong dalam kebajikan. Hal ini sesuai dengan Firman Allah dalam Surat Al-Maidah Ayat 2.¹⁴



Artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.

Ayat diatas menjelaskan bahwa Islam mengajarkan untuk saling tolong-menolong dalam kebajikan, sebagaimana yang dilakukan oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dalam memberikan pembiayaan pada pedagang kecil di pasar Arengka Pekanbaru.

Dalam Islam kegiatan perdagangan itu haruslah mengikuti kaidah-kaidah dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Allah. Aktivitas perdagangan yang dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang digariskan oleh agama mempunyai nilai ibadah. Dimana perdagangan yang dilakukan di pasar Arengka Pekanbaru juga hendaknya mengikuti ketentuan tersebut.

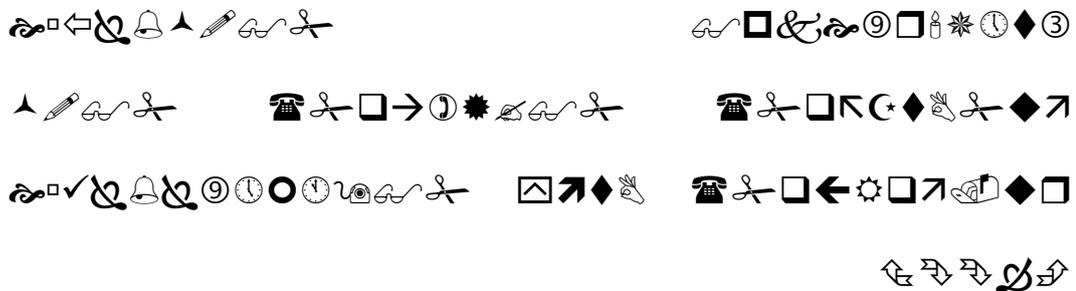
¹⁴ Departemen Agama, R. I. Al-Quran dan Terjemahan, (Jakarta: CV. Toha Semarang, 1989), h. 157

Dalam upaya meningkatkan usaha kecil khususnya yang berada dilingkungan Pasar Arengka Pekanbaru banyak lembaga baik lembaga keuangan bank maupun lembaga non bank yang turut berpartisipasi memberi bantuan untuk mengembangkan usaha kecil. Oleh karena itu lembaga-lembaga tersebut harus mampu memberikan yang terbaik untuk nasabahnya.

Dalam memperoleh nasabah masing-masing lembaga harus bisa bertahan dalam dunia kompetitif, berusaha membuat persepsi yang baik dibenak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan bersaing, menjadi spesialisasi menguasai daerah persaingan dengan melakukan strategi-strategi oleh masing-masing pihak.

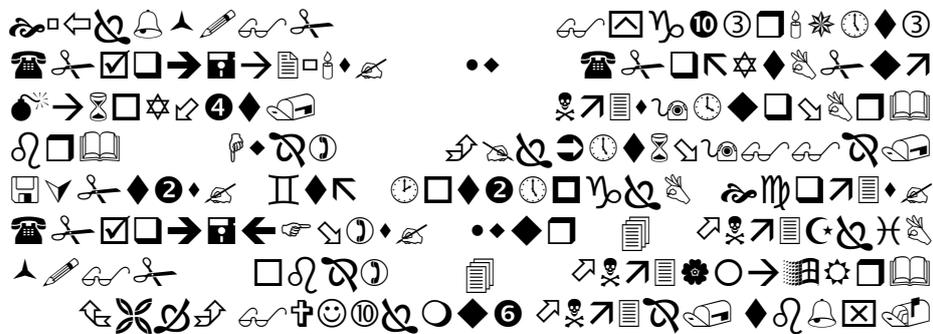
Dalam ekonomi Islam setiap transaksi atau bisnis banyak ditegaskan untuk mengikuti sifat Rasulullah atau mengikuti perinsip-prinsip berdagang dalam Islam yang meliputi:

- a. Siddiq, Rasulullah telah melarang pebisnis melakukan perbuatan yang tidak baik. Sesuai dengan Firman Allah dalam surat At-Taubat ayat 119



Artinya: “Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama-sama dengan para siddiqin (orang-orang yang jujur dan benar)”¹⁵.

- b. Amanah, berarti tidak mengurangi apa-apa yang tidak boleh dikurangi dan sebaliknya tidak boleh ditambah, dalam hal ini termasuk juga harga jual yang telah ditentukan kecuali atas pengetahuan pemilik barang. Sebagaimana Firman Allah dalam Surat An-Nisa Ayat 29:

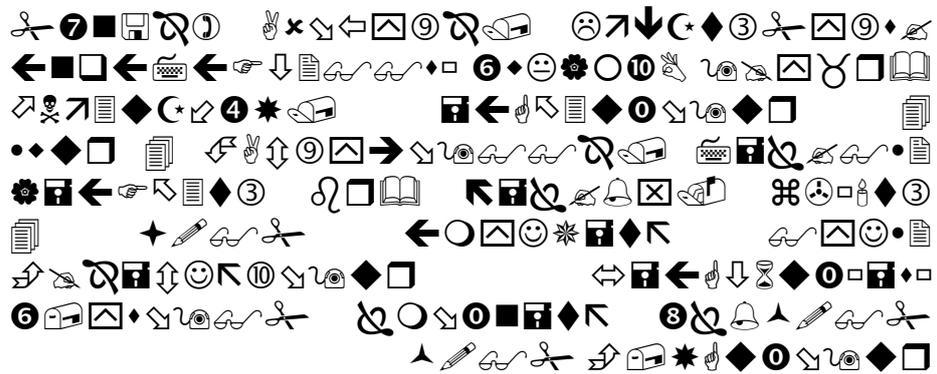


Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”¹⁶

- c. Fathonah, maksudnya dalam hal administrasi/manajemen bisnis, hal-hal yang berkenaan dengan aktivitas harus dicatat atau dibukukan secara rapi agar tetap bisa menjaga amanah dan sifat siddiqnya. Firman Allah dalam Surat Al-Baqoroh 282.



¹⁵ Riadus Shalihin, *Terjemahan*, (Surabaya: Mahkota, 1986), h, 58
¹⁶ Departemen agama, R. I, *Al- Quran Tajwid dan Terjemahan*, (Bandung : PT. Syamil Cipta Media, 2002), Cet, Ke-1, h. 83



Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya”,¹⁷

Fathonah disini berkaitan dengan strategi pemasaran (kiat membangun citra). Hal ini seorang pebisnis harus baik dalam penampilan, pelayanan, persuasi dan penguasaan. Dengan demikian sikap fathonah ini sangat penting bagi pebisnis, karena sikap fathonah ini berkaitan dengan marketing, keuntungan bagaimana agar barang yang dijual cepat laku dan mendatangkan keuntungan, bagaimana agar pembeli tertarik dan membeli barang tersebut.

- d. Tabligh, sikap tabligh ini juga sangat penting bagi pebisnis, karena sikap ini berkaitan dengan bagaiman seorang pebisnis bisa meyakinkan relasi/pembeli dengan kemampuan komunikasi, sehingga pembeli tertarik untuk membeli barang tersebut.

¹⁷ Ibid., h. 48

Selain prinsip-prinsip ekonomi Islam yang diterapkan di dalam berbisnis perlu adanya juga kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar agar bisa memberikan nilai tambah dalam berbisnis seperti pemberian pelayanan yang optimal, membentuk jaringan kerja yang baik dan selalau berfikiran positif.

Memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah, merupakan hal yang sangat penting untuk mendukung perkembangan usaha dengan memiliki jaringan kerjasama antar lembaga keuangan lainnya dengan baik, sehingga terjalin kekompakan dan kebersamaan dalam memajukan Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau, serta selalu berusaha untuk menjaga nama baik dan citra Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau itu sendiri dengan selalu berfikiran positif untuk kedepan nya.

Dari beberapa faktor-faktor di atas yang menjadikan suatu bisnis mempunyai keunggulan tersendiri yaitu dilihat dari strategi yang digunakannya sebagaimana strategi yang telah dijalankan oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dalam meningkatkan usaha kecil di pasar Arengka Pekanbaru. Berdasarkan pengamatan penulis di lapangan, seperti yang telah penulis paparkan di atas bahwa strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dalam meningkatkan usaha kecil di pasar Arengka sudah cukup baik. Hal ini terbukti ketika penulis melakukan wawancara di lapangan, ada beberapa di antara pedagang kecil yang mendapatkan pembiayaan dari Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau

berhasil meningkatkan usahanya dengan sistem dan prosedur yang diberikan oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah banyaknya pemaparan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dalam meningkatkan usaha kecil di pasar Arengka Pekanbaru dengan menerapkan strategi manajemen secara Islami yaitu strategi yang terdiri dari sifat Rasulullah yakni sifat *siddiq, amanah, tabligh, fathonah* dan juga *fastabiqul khairat*. Selain menerapkan strategi secara Islami, strategi lainnya yaitu membuat persepsi produk unggulan dan juga strategi kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar
2. Adapun tanggapan nasabah terhadap strategi Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau, nasabah atau pedagang kecil mengakui bahwa strategi yang dijalankan oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau cukup baik melalui manajemen Islami yang diterapkannya.
3. Dalam ekonomi Islam, menolong sesama dalam hal kebaikan sangat dianjurkan seperti pemberian pembiayaan kepada pengusaha kecil oleh Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau dalam meningkatkan usahanya dalam penelitian ini. Hal ini disebabkan berkaitan dengan kemaslahatan ummat. Strategi yang dijalankan oleh Baitut Tamwil

Muhammadiyah Riau telah sesuai dengan prinsip-prinsip berbisnis secara Islam.

B. Saran

1. Pedagang kecil yang berada di pasar Arengka Pekanbaru mempunyai peluang yang besar untuk meningkatkan pendapatan dan mengembangkan usaha. Untuk itu perlunya lembaga non keuangan maupun lembaga keuangan memperhatikan pedagang kecil tersebut dengan memberikan pinjaman yang tidak menzolimi dan memberatkan nasabah agar terwujud perekonomian yang sehat.
2. Meskipun strategi yang dijalankan Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau telah sesuai dengan syariat Islam dan mendapatkan respon yang baik dari masyarakat, hendaknya Baitut Tamwil Muhammadiyah Riau lebih meningkatkan manajemen dan kepemimpinan terutama dalam pelayanan, karena pelayanan merupakan faktor terpenting dalam memperoleh nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agama, Depertemen, *Al-Qura'an dan Terjemahan*, Jakarta : CV. Toha Semarang, Republik Indonesia, 1989
- Antonio Syafi'i, *Bank Syariah dan Teori Kepraktek*, Jakarta : Gema Insani Press, 2001
- Angipora p., Marius, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2002
- Chapra Umar, *Towerds a Just Monetary System*, Terjemahan Ikhwan Abidin, Jakarta : Gema Insani, 2000
- _____, *islam dan tantangan ekonomi*, Jakarta : Gema Insane Press, 2000
- Chandady Dwiyono, *Strategi Pemasaran di Indonesia*, Jakarta : LPFEI-UI, 1990
- Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, Bandung : PT. Syamil Cipta Media, 2002
- David, Faulkner and Bowmen, Cliff. *Strategi Competition*. Jakarta : Anda, 1997
- Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syari'ah*, Jakarta : Bumi Aksara, 2008
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007
- Karim, Adi Warman, *Bank Islam*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2006
- Kotler and Amsrong, Gary, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Alih Bahasa Aleksander Sandora, Jakarta : PT. Perharlindo, 1997

Muhammad, *Bank Syari'ah, Analisa Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman*,
Yogyakarta : Ekonisia, 2006

_____, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2005

_____, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta : Ekonisia, Edisi I, 2004

Mukhlis, *Prospek Usaha Pedagang Keliling Menurut Perspektif Ekonomi Islam*,
Skripsi: UIN, 2011

Musellman A, Vermon, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, Jakarta, 1990

Philip kotler, *Manajemen Pemasaran, Analisa, Perencanaan, Implementasi
Pengendalian*, Jakarta : PT. Indeks, 1993

Ningsih Widiya, Dkk, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, Jakarta : Kencana,
2005

Ridwan Muhammad, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, Yogyakarta : UII Press
2004

Shalihin Riadhuss, *Terjemahan*, Surabaya : Mahkota, 1986

Siagian, Sondang P., *Manajemen Strategi*, Jakarta : Bumi Aksara, 1995

Sudarsono Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah, Deskripsi dan Ilustrasi*,
Yogyakarta : Ekonisia, 2003

Sumarni Murni, *Marketing Perbankan*, Jakarta : Kencana, 1990

Suyanto, *Marketing strategi Top Brand Indonesia*, Yogyakarta : Anda, 2007

Zulkifli Sunarto, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syari'ah*, Jakarta : Zikrul
Hakim, 2003.