

# MARKETING STRATEGY AND UTILIZATION OF MICRO MURABAHAH FINANCING PRODUCT IN COMMUNITY ECONOMIC EMPOWERMENT (Study at Bank BTPN Syariah Area Banda Aceh and Aceh Besar)

**Munira, M.Ag**

Mahasiswa Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
*Muniralacuba92@gmail.com*

## **Abstract**

*This study aims to examine the mechanism of murabaha financing which was applied to banks Bank Syariah around Banda Aceh and Aceh Besar, knowing the application murabahah in products Package Future (PMD) on bank Bank Syariah around Banda Aceh and Aceh Besar towards economic empowerment and to examine the use of PMD micro financing products to the public welfare. The research method used in this thesis is descriptive research by collecting data from literature research and field research. The data collection technique that writer use is a structured interview technique (guidance interview) by using questionnaire based on research that writer do to 2 areas of Banda Aceh and 2 areas of Aceh Besar with 32 customers are categorized 16 people as productive customers, 16 productive customers with increased financing and 9 officers bank BTPN Syariah. The results showed that all respondents recognize an increase in profits after financing from PMD products at Syariah bank. The increase in customer profits after taking PMD product financing ranges from 25% to 92%. Productive customers experience profit increases ranging from 50% to 75%, for productive and financing customers increased significantly increased business and profit increase ranging from 76% to 92% for delinquent customer category also experienced a 25% up to 67%. The result of the research shows that marketing strategy and mechanism of utilization of micro financing product at BTPN Syariah Bank succeeded in empowering people economy.*

**Keywords:** *Marketing, Utilization, Murabahah Contract.*

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji mekanisme pembiayaan *murabahah* yang diaplikasikan bank BTPN Syariah Area Banda Aceh dan Aceh Besar, mengetahui aplikasi akad *murabahah* dalam produk Paket Masa Depan (PMD) pada bank BTPN Syariah Area Banda Aceh dan Aceh Besar terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat dan untuk mengetahui pemanfaatan pembiayaan mikro pada produk PMD terhadap kesejahteraan masyarakat. Metode penelitian yang digunakan dalam tesis ini ialah penelitian deskriptif dengan mengumpulkan data dari penelitian pustaka (*library research*) dan penelitian lapangan (*field research*). Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan ialah teknik wawancara terstruktur (*guidance interview*) dengan menggunakan daftar pertanyaan berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap 2 area Banda Aceh dan 2 area Aceh Besar dengan 32 nasabah yang dikategorikan 16 orang sebagai nasabah produktif, 16 orang nasabah produktif dengan pembiayaan meningkat dan 9 orang petugas bank BTPN Syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua responden mengakui adanya peningkatan keuntungan setelah memperoleh pembiayaan dari produk PMD pada bank BTPN Syariah. Peningkatan keuntungan nasabah setelah mengambil pembiayaan produk PMD berkisar antara 25% sampai dengan 92%. Nasabah produktif mengalami peningkatan keuntungan berkisar antara 50% sampai dengan 75%, untuk nasabah produktif dan pembiayaan meningkat mengalami peningkatan usaha yang sangat signifikan dan peningkatan keuntungan berkisar antara 76% sampai dengan 92% untuk golongan nasabah yang menunggak pada dasarnya juga mengalami peningkatan keuntungan

25% sampai dengan 67%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan mekanisme pemanfaatan produk pembiayaan mikro di Bank BTPN Syariah berhasil memberdayakan ekonomi masyarakat.

**Kata Kunci:** *Pemasaran, Pemanfaatan, Akad Murabahah.*

## A. PENDAHULUAN

Hadirnya lembaga keuangan yang melayani *microfinance* mampu memberdayakan ekonomi masyarakat menjadi lebih baik. *Microfinance*, yakni suatu model penyedia jasa keuangan bagi masyarakat yang memiliki usaha pada sektor yang paling kecil yang sulit mengakses pembiayaan terhadap lembaga keuangan karena berbagai keterbatasannya. Selain itu keberadaan pembiayaan mikro juga diharapkan dapat mengalihkan ketergantungan masyarakat kepada rentenir.

Disamping itu melihat kegiatan lembaga keuangan mikro, sudah semestinya lembaga keuangan mikro mampu mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat lemah, namun kenyataannya beberapa provinsi di Indonesia masih terdapat angka kemiskinan yang sangat tinggi, seperti di Provinsi Aceh secara statistik pada tahun 2015 sebanyak 851.59 ribu jiwa atau sebesar 17,08 persen, kemudian pada tahun 2016 turun menjadi 848.44 ribu jiwa atau setara 16.73 persen, sedangkan pada tahun 2017 jumlah penduduk miskin meningkat menjadi 872.61 ribu jiwa atau sebesar 16.89 persen, meningkat sebesar 0.16 persen dari tahun 2016.<sup>1</sup>

Padahal di Aceh tercatat hingga akhir 2014 lalu terdapat sebanyak 19.334 usaha

mikro, 2.127 diantaranya terdapat di ibu kota provinsi Banda Aceh.<sup>2</sup> Serta meningkat menjadi 6500 usaha mikro khusus di Banda Aceh pada Tahun 2017.<sup>3</sup> Jika dibandingkan dengan pertumbuhan jumlah lembaga keuangan Mikro yang ada di Aceh, maka ini seharusnya memberikan dampak yang positif, akan tetapi roda perekonomian masyarakat kecil dinilai belum begitu sejahtera secara menyeluruh. Padahal tujuan di bentuknya lembaga keuangan mikro supaya meningkatkan perekonomian dan usaha kecil di masyarakat, dan pembentukan lapangan kerja secara tidak langsung di masyarakat kelas kecil dan menengah.

Selanjutnya pembiayaan untuk usaha mikro selain dilihat dari segi produk dan kelembagaannya, juga dapat dilihat berdasarkan besar plafon pada pembiayaan tersebut atau pada permintaan dan penawaran. Adapun tujuan dari produk pembiayaan mikro untuk mengembangkan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat prasejahtera, baik melalui pinjaman atau pembiayaan dalam usaha skala mikro kepada masyarakat, dan pengelolaan simpanan. Namun pada praktiknya masyarakat prasejahtera<sup>4</sup> tidak bisa mendapatkan plafon tinggi dikarenakan persyaratan yang diwajibkan oleh bank tidak mampu dipenuhi oleh masyarakat pra-

---

<sup>1</sup>Badan Pusat Statistik Aceh, *Jumlah Dan Persentase Penduduk Miskin Provinsi Aceh Maret 2000 - Maret 2017*, diakses pada website resmi aceh.bps.go.id pada 6 oktober 2017.

<sup>2</sup><http://medanbisnisdaily.com> diakses pada tanggal 5 Oktober Tahun 2017 pukul 10.20 wib.

<sup>3</sup>*Pemkot Banda Aceh Segera Bentuk Lembaga Keuangan Syariah*, dikases pada [www.gomuslim.co.id](http://www.gomuslim.co.id) pada tanggal 6 oktober 2017.

<sup>4</sup>Masyarakat prasejahtera yakni masyarakat yang masih mengalami kesulitan dalam pemenuhan kebutuhan primernya berupa kebutuhan sandang, pangan dan papan. Yang termasuk dalam kategori masyarakat ini biasanya adalah masyarakat dengan jumlah anak yang banyak sehingga tidak mampu memberikan pendidikan yang layak dikarenakan faktor biaya. Selain itu juga keluarga penghasilan yang tidak tetap, keluarga yang belum memiliki tempat tinggal, keluarga yang tidak memerhatikan kesehatan.

sejahtera. Sehingga masyarakat prasejahtera tidak mampu memanfaatkan pembiayaan yang ditawarkan oleh bank. Padahal, golongan ini merupakan golongan yang sangat membutuhkan perhatian dari lembaga keuangan.

Seharusnya, produk pembiayaan mikro tidak hanya dimanfaatkan oleh masyarakat level atas saja. Produk pembiayaan mikro juga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat prasejahtera sehingga tujuan produk pembiayaan mikro terpenuhi. Sesuai dengan tujuan produk pembiayaan mikro yakni memberdayakan perekonomian masyarakat dengan mengembangkan usaha-usaha masyarakat sehingga kehidupan masyarakat menjadi lebih baik. Namun, pemanfaatan pembiayaan mikro oleh masyarakat seringkali terjadi penyalahgunaan, yakni memanfaatkan pembiayaan yang diberikan oleh bank tidak sesuai dengan perjanjian awal pada saat akad. Untuk mengatasi hal tersebut pihak bank meminimalisasi resiko kerugian dengan cara mensyaratkan anggunan sebagai syarat pengajuan pembiayaan. Sebaliknya, masyarakat prasejahtera merasa terkendala dengan adanya persyaratan anggunan. Sehingga masyarakat prasejahtera kurang dapat memanfaatkan produk pembiayaan mikro. Dalam hal ini lebih baik pihak bank melakukan tinjauan lapangan atas pemanfaatan pembiayaan oleh nasabah sehingga kedua belah pihak tidak merasa dirugikan.

Kenyataan di atas tidak relevan bila melihat produk pembiayaan mikro hanya dimanfaatkan oleh sekelompok masyarakat level atas saja, karna pada hakikatnya yang harus diberdayakan melalui produk pembiayaan mikro ialah masyarakat prasejahtera. Seharusnya dengan adanya produk pembiayaan mikro masyarakat prasejahtera dapat memanfaatkannya hingga usahanya produktif dan berkembang. Jika

produk pembiayaan mikro dapat dimanfaatkan sebaik mungkin oleh masyarakat maka permasalahan perekonomian akan teratasi. Sebagaimana yang disebutkan oleh Khusniati Rafiah “Bentuk pemberdayaan ekonomi umat adalah dengan mengembangkan kewirausahaan yang dilakukan oleh rakyat kecil yang sering disebut dengan istilah usaha kecil mikro (UKM). Lembaga Keuangan Mikro (LKM) merupakan lembaga keuangan yang secara naluriah lebih cocok dengan UKM, dikarenakan menyediakan jasa-jasa keuangan bagi penduduk yang berpendapatan rendah dan termasuk dalam kelompok miskin”.

Pembiayaan mikro ini tidak semata-mata mengharapkan keuntungan lebih, melainkan dengan harapan agar perekonomian masyarakat menengah menjadi lebih baik dengan pengembangan modal usaha. Pada kenyataannya, perbankan syariah hanya mengharapkan keuntungan saja yang tidak mempertimbangkan kerugian yang dialami nasabah sehingga dengan demikian akan menghambat pemberdayaan perekonomian masyarakat prasejahtera.

Pemerintah berharap dengan adanya produk pembiayaan mikro dapat menjadi produk yang mampu menompang Ekonomi masyarakat kelas menengah yang usahanya terfokus pada usaha mikro menjadi usaha yang berkembang. Namun pada kenyataannya, produk pembiayaan mikro yang dipraktikkan oleh perbankan syariah belum mampu menompang perekonomian masyarakat. Karena pembiayaan yang diberikan bank hanya kepada masyarakat level tertentu, tidak untuk semua level masyarakat. Pada dasarnya, jika Indonesia ingin menjangkau usaha kecil atau usaha mikro, semestinya secara khusus mengarahkan perhatiannya pada kelompok usaha atau masyarakat menengah. Sampai saat ini hampir tidak terlihat adanya program khusus pemberdayaan usaha mikro. Padahal

lapisan inilah penyediaan lapangan kerja terbesar di Indonesia.

Kemudian perlu kita telusuri lebih dalam bagaimana strategi yang dibangun oleh lembaga keuangan mikro dalam mempromosikan produknya, maupun mensosialisasi mekanisme pembiayaan untuk usaha kecil dan menengah, supaya masyarakat juga mampu memanfaatkan lembaga keuangan mikro dalam akses modalnya, baik melalui berbagai macam produk unggulan. Namun saat ini perlu ada perhatian masyarakat yang lebih mendalam untuk memanfaatkan lembaga keuangan mikro syariah dengan produk-produk yang berbasis syariah tanpa ada unsur bunga. Oleh karena itu, lembaga keuangan mikro syariah harus melakukan *market promotion* melalui *marketing* lebih efektif dan efisien sehingga mampu di jangkau oleh masyarakat.

Produk pembiayaan mikro yang berbasis akad murabahah pada kasus penelitian ini ialah produk unggulan Paket Masa Depan (PMD) pada unit usaha mikro BTPN Syariah area banda aceh dan aceh besar, pembiayaan mikro yang dilakukan sangat diminati oleh masyarakat sekitar, sehingga penulis tertarik untuk menganalisa lebih dalam produk unggulan unit usaha mikro pada Bank BTPN Syariah.

Dengan demikian penelitian ini mengarah kepada pemanfaatan produk pembiayaan mikro pada unit usaha mikro BTPN Syariah oleh masyarakat untuk mendorong terwujudnya usaha ekonomi yang menyeluruh dan sesuai dengan target-target pemerintah, melalui strategi pemasaran yang dijalankan oleh lembaga keuangan mikro, baik dari segi keunggulan produk, kinerja operasional pemasaran, dan respon masyarakat prasejahtera dalam mendapatkan

akses modal ke lembaga keuangan mikro. Oleh karena itu penulis menarik untuk mengkaji dan menganalisa lebih jauh, apakah dengan adanya produk pembiayaan mikro mampu mendorong pemberdayaan masyarakat miskin? Ataupun masyarakat mampu memanfaatkan lembaga keuangan mikro untuk akses modal bagi usaha yang dijalankan oleh masyarakat.

## **B. Kajian Pustaka**

### **1. Konsep operasional bank syariah**

Perbankan syari'ah ialah bank yang berasaskan, antara lain pada asas kemitraan, keadilan, transparansi dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syari'ah. Kegiatan bank syariah merupakan implementasi dari prinsip ekonomi islam dengan karakteristik antara lain, sebagai berikut:<sup>5</sup> pelarangan riba dalam berbagai bentuknya, tidak mengenal konsep nilai waktu dari uang (*time-value of money*); konsep uang sebagai alat tukar bukan komoditas; tidak diperkenankan melakukan kegiatan yang bersifat spekulatif; tidak diperkenankan menggunakan dua harga untuk satu barang dan tidak diperkenankan dua transaksi dalam satu akad.

Serta larangan untuk berinvestasi pada usaha-usaha berkatagori terlarang (haram). Oleh karena itu bank syariah menggantikan sistemnya dengan sistem bagi hasil. Bank syariah beroperasi atas dasar konsep bagi hasil. Bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membebankan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman karena bunga merupakan riba yang diharamkan.

Dana yang telah dikumpulkan oleh bank syari'ah dari titipan dana pihak ketiga atau titipan lainnya, perlu dikelola dengan penuh

---

<sup>5</sup>Ikatan Akuntansi Indonesia, *Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan Bank Syari'ah*, Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia, 2002, h. 1-2.

amanah dan istiqomah. Dengan harapan dana tersebut mendatangkan keuntungan yang besar, baik itu untuk nasabah maupun bank syari'ah. Prinsip utama yang harus dikembangkan bank syariah dalam kaitan dengan manajemen dana adalah: *bahwa, Bank syariah harus mampu memberikan bagi hasil kepada penyimpan dana minimal sama dengan atau lebih besar dari suku bunga yang berlaku di bank konvensional, dan mampu menarik bagi hasil dari debitur lebih rendah dari pada bunga yang berlaku di bank konvensional.*<sup>6</sup>

Kegiatan bank syari'ah merupakan implementasi dari prinsip ekonomi islam dengan karakteristik, antara lain, sebagai berikut:

- a. Pelarangan riba dalam berbagai bentuknya;
- b. Tidak mengenal konsep nilai waktu dari uang (*time-value of money*);
- c. Konsep uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas;
- d. Tidak diperkenankan melakukan kegiatan yang bersifat spekulatif;
- e. Tidak diperkenankan menggunakan dua harga untuk satu barang; dan
- f. Tidak diperkenankan dua transaksi dalam satu akad

Bank syari'ah beroperasi atas dasar konsep bagi hasil. Bank syari'ah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membebaskan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman karena bunga merupakan riba yang diharamkan. Berbeda dengan bank non-syari'ah, bank syari'ah tidak membedakan.

Dalam peranan strategisnya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama, bisnis apa yang digeluti. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, promosi, dan distribusi (bauran pemasaran) untuk melayani pasar sasaran.<sup>7</sup>

Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang bisa mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya. Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai sasaran, tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. Kemudian kunci yang kedua adalah pemberian kepuasan seperti yang diinginkan oleh konsumen secara lebih efektif dan lebih efisien dari yang dilakukan pesaing.<sup>8</sup>

Konsep pemasaran bertumpu pada empat pilar utama: pasar sasaran (*target market*), kebutuhan pelanggan, pemasaran terintegrasi (*integrated marketing*), dan profitabilitas.<sup>9</sup> Kartajaya dan Sula menyatakan dalam *Syariah Marketing Strategy*, yang pertama kali harus dilakukan untuk mengeksplorasi pasar yang kerap berubah adalah melakukan segmentasi sebagai *mapping strategy*. Penentuan segmen didasari dengan definisi pasar yang

---

<sup>6</sup>Ini adalah konsep ideal yang diharapkan dapat dicapai oleh bank syari'ah dalam menjalankan aktivitasnya. Sebab masyarakat sampai sekarang masih selalu membandingkan tingkat bunga yang berlaku di bank konvensional. Jika bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah lebih kecil dari suku bunga, maka dimungkinkan banyak nasabah bank syariah yang mengundurkan diri. Demikian pula sebaliknya. Jika bank syariah meminta kepada nasabah.

<sup>7</sup>*Ibid*, h. 70.

<sup>8</sup>*Ibid*, h. 69.

<sup>9</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik*, h. 20.

jelas. Ini berarti pengetahuan mengenai pelanggan dan pesaing memiliki peranan penting dalam menentukan segmen mana yang akan dipilih.<sup>10</sup>

Untuk itu kita harus menyusun strategi pemasaran yang komprehensif, sehingga upaya pemasaran yang kita lakukan bisa optimal. Untuk itu kita harus mengkaji lebih jauh mengenai pemasaran itu sendiri.

Strategi pemasaran bank syariah merupakan suatu langkah-langkah yang harus ditempuh dalam memasarkan produk/jasa perbankan yang ditunjuk pada peningkatan penjualan. Peningkatan penjualan tersebut diorientasi pada: (1) produk *funding* (pengumpulan dana); (2) orientasi pada pelanggan; (3) peningkatan mutu layanan; dan (4) meningkatkan *fee based income*. Dengan demikian strategi pasar merupakan hal penting dalam pemasaran bank syariah. Yang dimaksud strategi pasar ialah penetapan secara jelas pasar bank syariah sehingga menjadi kunci utama untuk menerapkan elemen-elemen strategi lainnya. Strategi pasar dapat dilakukan dengan memperhatikan aspek-aspek berikut:

- a. Pelanggan fokus segmen bank syariah
- b. Prioritas layanan dan penentuan harga barang/jasa
- c. Preferensi teritorial/wilayah pasar
- d. Saluran distribusi
- e. *Image* dan kondisi perusahaan (bank syariah)

Oleh karena itu apa yang harus dilakukan oleh seorang pemasar bank syariah, yaitu melakukan:

- a. Meyakinkan pelanggan akan produk yang tidak nyata melalui presentasi produk yang menarik

- b. Proses penjualan efektif tergantung pada ketajaman dan kejelian dalam melakukan pendekatan penjualan.

Dalam perkembangannya, pembiayaan mikro ini lebih mengena di kalangan pelaku usaha mikro karena sifatnya yang lebih fleksibel, misalnya dalam hal persyaratan dan jumlah pinjaman yang memungkinkan bagi pelaku usaha mikro untuk memanfaatkan produk pembiayaan yang ditawarkan oleh bank dan lembaga keuangan lainnya. Hal ini merupakan salah satu indikator bahwa keberadaan pembiayaan mikro sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha kecil, yang umumnya membutuhkan pembiayaan sesuai skala dan sifat usaha kecil.

## 2. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Produk pembiayaan mikro yang memberi banyak manfaat bagi masyarakat, dan lembaga keuangan itu sendiri tentunya memiliki strategi untuk mendapatkan manfaat tersebut. Masyarakat yang tergolong ke dalam masyarakat mikro dapat memanfaatkan pembiayaan mikro dengan tambahan modal usaha, yang selama ini menjadi kendala, masyarakat menengah ke bawah, masyarakat yang selama ini tidak bereaksi atau belum berani memulai usaha karena keterbatasan modal, dengan adanya pembiayaan mikro menjadi solusi untuk berani berusaha agar dapat merubah hidup menjadi berkembang. Pembiayaan merupakan suatu fasilitas yang diberikan perbankan syariah kepada masyarakat yang membutuhkan untuk menggunakan dana yang telah dikumpulkan perbankan syariah dari masyarakat yang surplus dana.<sup>11</sup>

Keberadaan usaha mikro, kecil dan menengah dalam perekonomian Indonesia memiliki sumbangan yang sangat positif,

<sup>10</sup>Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan), h. 144.

<sup>11</sup>Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), Cet. ke-2, h. 7.

diantaranya dalam menciptakan lapangan kerja, menyediakan jasa keuangan, serta pemerataan usaha untuk mendistribusikan pendapatan nasional. Pembiayaan mikro merupakan Suatu kegiatan berupa penghimpunan dana yang di pinjamkan bagi usaha mikro (kecil) yang di kelola oleh pengusaha mikro yaitu masyarakat menengah kebawah yang memiliki penghasilan di bawah rata-rata.

Adapun yang dimaksud dengan usaha mikro menurut adalah:

- a. Usaha produktif milik keluarga atau perorangan
- b. Penjualan maksimal Rp 100 juta pertahun
- c. pembiayaan yang diajukan masimal Rp 50 juta<sup>12</sup>

Adapula manfaat atau kelebihan dari pembiayaan mikro itu sendiri adalah jika masyarakat menengah ke bawah dalam usaha mikro nya bisa meningkatkan performance mereka, mereka akan dapat keuntungan. Maka secara tidak langsung pembiayaan mikro telah memberdayakan perekonomian masyarakat. Dikarenakan efek multiplayernya lebih cepat dibandingkan dengan memberi pembiayaan kepada sektor besar. Sebagai contoh kita punya dana Rp1 Milyar dan kita melakukan pembiayaan sebesar satu juta per orang, berarti ada seribu orang yang bisa kita bantu.

Kebersamaan Usaha Mikro, Kecil dan menengah diiringi dengan produk pembiayaan mikro pada lembaga keuangan komersial merupakan salah satu dari sekian banyak bentuk simbiosis mutualisme dalam ekonomi. Kebersamaan tersebut bukan saja bermanfaat bagi keduanya, tetapi juga bagi masyarakat dan pemerintah. Masyarakat menikmati

ketersediaan lapangan kerja, bagi masyarakat menengah ke bawah yang selama ini kewalahan dalam penambahan modal usaha kini dapat mengambil manfaat dengan adanya produk mikro dan pemerintah menikmati kinerja ekonomi berupa naiknya Pendapatan Domestik Bruto (PDB), Namun demikian, kerja sama tersebut tetap perlu memegang prinsip kehati-hatian untuk memastikan terwujudnya pemberdayaan ekonomi bagi masyarakat.

Tujuan dari pembiayaan ini dalam lingkup luas terbagi menjadi dua, yaitu: pertama, *profitability* yang merupakan tujuan untuk memperoleh hasil dari pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari usaha yang dikelola bersama nasabah. Kedua belah pihak yaitu nasabah dan pihak bank sama-sama mendapat keuntungan dari pembiayaan berupa bagi hasil. Begitu juga dengan nasabah yang mendapat tambahan modal sehingga bertambah pula pemasukan dan keuntungan. Kedua, *safety* yaitu keamanan dari prestasi yang diberikan dalam bentuk modal, barang atau jasa harus benar-benar terjamin pengembaliannya sehingga keuntungan yang diharapkan dapat benar-benar tercapai.<sup>13</sup>

Produk penyaluran dana ini ditujukan untuk menyalurkan investasi dan simpanan masyarakat ke sektor riil dengan tujuan produktif dalam bentuk investasi bersama yang dilakukan bersama mitra usaha menggunakan pola bagi hasil (*Mudharabah, Musyarakah*) dan dalam bentuk investasi sendiri kepada yang membutuhkan pembiayaan menggunakan pola jual beli (*Murabahah, Salam dan Istishna'*) dan pola sewa (*Ijarah*).<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup>Keputusan Menteri Keuangan nomor 40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003.

<sup>13</sup>Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking: sebuah teori, konsep dan aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h. 711.

<sup>14</sup>Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. J asa Grafindo Persada, 2007), h. 123.

Peran produk pembiayaan mikro sangat strategis dalam menentukan arah pemberdayaan ekonomi masyarakat dimana sektor usaha mikro adalah pelaku usaha dengan jumlah yang sangat besar, dengan memberdayakan masyarakat menengah dengan pembiayaan modal usaha menjadi salah satu solusi untuk menyelesaikan permasalahan Negara. Dengan jumlah pekerja yang dapat diserap oleh perbankan yang memiliki produk mikro sungguh fantastis, potensi untuk mempercepat penanggulangan kemiskinan kepada yang kurang mampu tetapi bekerja (*economically active working poor*) sangat menjanjikan.

Pemberdayaan terhadap kaum perempuan oleh lembaga keuangan mikro syariah harus mendapat tempat khusus, karena perempuan memiliki peranan positif terhadap keseluruhan anggota keluarga ketika mendapat pembiayaan, dan perempuan lebih dapat dipercaya kredibilitasnya dibanding laki-laki dalam hal ketaatan pembayaran atau pengembalian pinjaman. Pada sisi, setelah pembiayaan mikro diberikan kepada perempuan akan mempercepat roda penghasilan karena yang bekerja tidak hanya laki-laki atau suami. Tetapi, perempuan juga memiliki peran besar dalam membantu tanggung jawab suami menafkahi keluarga.

Memberdayakan masyarakat golongan ekonomi lemah atau sektor usaha kecil adalah dengan menyediakan sumber pembiayaan usaha yang terjangkau. Salah satu strategi pembiayaan bagi golongan masyarakat ini adalah kredit usaha mikro. Pembiayaan mikro merupakan institusi yang menyediakan jasa-jasa keuangan penduduk yang berpendapatan rendah dan termasuk dalam kelompok miskin. Produk ini bersifat spesifik karena mempertemukan permintaan dana penduduk kalangan menengah ke bawah atas ketersediaan dana.

Kegiatan usaha mikro yang dilakukan oleh masyarakat menengah dan tergolong ke dalam masyarakat pra-sejahtera sangat membutuhkan perhatian dari lembaga keuangan yang membiayai tambahan modal, agar usaha kecil yang mereka jalankan menjadi usaha yang berkembang. Bank Syariah yang memiliki pembiayaan untuk usaha mikro memerlukan strategi pemasaran/*marketing* untuk memasarkan produk yang dimiliki guna untuk mempermudah akses masyarakat pra-sejahtera dalam memanfaatkan produk yang ditawarkan pihak bank. Pihak bank yang menawarkan pembiayaan mikro akan sangat terbantu proses pemasaran menggunakan sistem marketing, karena target yang akan dicapai lebih cepat dengan sistem jempit bola/*marketing*. Seorang marketing *sering* disebut sebagai ujung tombaknya perusahaan, karena ia memang bertugas untuk memitigasi serta memahami pasar dengan sangat baik, termasuk mampu memenuhi target penjualan sesuai dengan yang diharapkan.

### C. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis mendeskripsikan secara faktual dan akurat tentang Strategi Pemasaran dan Pemanfaatan Produk Pembiayaan Mikro terhadap Peningkatan Pendapatan Nasabah (Kajian pada Bank BTPN Syariah Area Banda Aceh dan Aceh Besar). Maka dalam karya ilmiah ini penulis akan menjelaskan segala hal yang berkaitan dengan pembiayaan mikro pada produk PMD Bank BTPN Syari'ah Area Banda Aceh dan Aceh Besar yang menjadi objek penelitian lapangan.

#### 1. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan adalah populasi *infit*, yaitu populasi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti dan tidak bisa



dihitung.<sup>15</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah Bank BTPN Syariah yang mengaplikasikan produk mikro serta nasabah yang mengambil pembiayaan pada Bank tersebut.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sesuai dengan tujuan penelitian, karena jumlah populasi yang terlalu besar, maka penulis hanya mengambil 4 MMS di Area Banda Aceh dan Aceh Besar, yakni MMS Baiturrahman, MMS Ulee Kareng, MMS Kuta Baro dan MMS Darul Imarah, penulis mengambil Area Banda Aceh dan Aceh Besar karena ruang lingkupnya lebih luas sehingga terlihat jelas perkembangan ekonomi masyarakat, kemudian penulis mengambil sampel 3 sentra dari setiap MMS, total sentra yakni 12 sentra, sentra yang dimaksud ialah sentra produktif, sentra produktif dan pembiayaan meningkat serta sentra menunggak. Untuk pengambilan sampel nasabah penulis mengambil sampel 32 orang nasabah yakni masing-masing MMS sejumlah 8 nasabah; 4 nasabah produktif, 4 nasabah produktif dan pembiayaan meningkat dan sampel untuk karyawan Bank BTPN Syariah penulis mengambil 3 Petugas bank dari setiap MMS dan 1 Pembina MMS total petugas bank yang menjadi sampel yakni sejumlah 13 petugas

## 2. Metode pengumpulan data

### a. Data Primer

Adapun data primer yang dimaksud dari penelitian ini ialah data yang diperoleh dari wawancara dengan karyawan Bank BTPN Syariah Area Banda Aceh dan Aceh Besar yaitu bagian Marketing; Pembina MMS (PM), Manager Sentra (MS) dan Pembina Sentra (PS). Data primer lainnya, diperoleh juga dari

wawancara penulis dengan nasabah pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) pada Bank BTPN Syariah Area Banda Aceh dan Aceh Besar.

### b. Data Sekunder

Adapun data sekunder lainnya yang dibutuhkan dalam penelitian ini ialah dokumentasi dari Bank BTPN Syariah Area Banda Aceh dan Aceh Besar, seperti rekap plafon pembiayaan nasabah, *rate margin* dan lain-lain. Selain data tersebut, penelitian ini juga membutuhkan data dokumentasi dari perpustakaan baik dalam bentuk dokumentasi berupa buku-buku strategi pemasaran produk, bank syariah dan jurnal serta artikel yang berkaitan dengan penelitian.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Penulis wawancara (*interview*), observasi dan dokumentasi. Melakukan wawancara dengan karyawan MMS Aceh Besar dan Banda Aceh. Sedangkan wawancara dengan nasabah penulis akan mewawancarai langsung nasabah dengan cara mendatangi langsung pada pertemuan rutin sentra (PRS) sesuai kriteria nasabah yang telah penulis tentukan berdasarkan informasi dari pembina sentra. Observasi dengan melakukan pertemuan langsung dengan nasabah di sentra. Kemudian Mengumpulkan dokumen-dokumen yang terdapat dari MMS Aceh Besar dan Banda Aceh berupa akad, form angsuran pembiayaan, dan lain-lain. Selain itu data dokumentasi juga akan diperoleh dari buku-buku perbankan syariah, ekonomi mikro, buku saku bank BTPN Syariah, jurnal, artikel dan dokumen pendukung lainnya.

## 4. Analisis Data

Hasil penelitian ini akan dikaitkan dengan kesesuaian praktek *murabahah* yang digunakan pada produk PMD, strategi yang

---

<sup>15</sup>Sri Anggraini, *Populasi dan Sampel*, (Jakarta: Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia, 1979), h. 23.

digunakan serta melihat peningkatan pendapatan nasabah dengan membandingkan keuntungan nasabah sebelum mengambil pembiayaan dan sesudah mengambil pembiayaan.

Adapun tahap-tahap analisa data dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:<sup>16</sup>

- a. Reduksi data, yaitu kegiatan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting serta mencari tema atau pokok pikiran. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data selanjutnya;
- b. Penyajian data, yaitu kegiatan menyajikan data dalam bentuk uraian singkat baik itu dalam bentuk bagan, diagram tabel atau dalam bentuk lainnya.
- c. Verifikasi, yaitu kegiatan penarikan kesimpulan sementara dan akan berubah menjadi konkrit bila didukung oleh valid yang kuat, sehingga kesimpulan yang diambil menjadi kredibel.

#### **D. Hasil Dan Pembahasan**

Bank BTPN Syariah beroperasi berdasarkan prinsip inklusi keuangan dengan menyediakan produk dan jasa keuangan kepada masyarakat terpencil yang belum terjangkau serta segmen masyarakat pra sejahtera yang produktif. Selain menyediakan akses layanan keuangan kepada masyarakat tersebut, BTPN Syariah juga menyediakan pelatihan keuangan sederhana untuk membantu mata pencaharian nasabahnya agar dapat terus berlanjut serta membina masyarakat yang lebih sehat melalui program

PMD.<sup>17</sup> Paket Masa Depan (PMD) merupakan produk unggulan Bank BTPN Syariah yang diberikan kepada kelompok perempuan di pedesaan yang ingin berusaha dan memiliki impian untuk merubah hidup tetapi tidak memiliki akses ke layanan perbankan. Tidak hanya memberikan akses dan kebutuhan modal usaha (keuangan inklusif), pembiayaan BTPN Syariah memberikan program pemberdayaan bagi jutaan nasabahnya melalui pelatihan dan pembinaan kepada nasabah.

Paket Masa Depan (PMD) merupakan pembiayaan yang disalurkan kepada masyarakat pra-sejahtera dikhususkan untuk perempuan yang memiliki usaha mikro. Produk pembiayaan dengan plafon mulai dari 1,5 juta sampai dengan 30 juta sesuai dengan tahapan nasabah dan usaha yang dijalankan, artinya setiap 1 tahap selesai pembiayaan maka tahap selanjutnya nasabah dapat mengambil pembiayaan dua kali lipat. Misalnya Ibu X pada tahap pertama mengambil pembiayaan sejumlah Rp. 1.500.000,- maka pada tahap kedua Ibu X dapat mengambil pembiayaan dua kali lipat sejumlah Rp. 3.000.000,- begitu sampai seterusnya.<sup>18</sup>

Jangka waktu pembiayaan pada tahap awal hanya diperbolehkan 1 tahun, untuk tahap kedua, ketiga dan keempat dibolehkan 1.5 tahun sampai dengan 2 tahun. penyeteroran angsuran dilakukan setiap 14 hari sekali, dalam 1 tahun nasabah memiliki 26 kali jatah angsuran dan mendapat bonus lebaran Idul fitri 1 kali angsuran, jangka 1.5 tahun pembiayaan nasabah memiliki 38 kali jatah angsuran dan mendapat bonus lebaran Idul Fitri 1 kali angsuran, jangka 2 tahun pembiayaan nasabah memiliki 52 kali jatah angsuran dan mendapat bonus lebaran Idul

---

<sup>16</sup>Sugiono, *Metode*, h. 247-252.

<sup>17</sup>Hasil Wawancara dengan Marlia Sari, Pembina sentra MMS Kuta Baru, pada tanggal 15 juni 2017.

<sup>18</sup>Hasil wawancara dengan Khairunnisa, Pembina sentra MMS Darul Imarah, pada tanggal 10 juni 2017.

Fitri 2 kali angsuran. Bank akan menilai nasabah yang disiplin hadir dan membayar angsuran tepat waktu diberikan kesempatan untuk memperoleh pembiayaan 2 kali lipat dari plafond pembiayaan sebelumnya, pada siklus atau pembiayaan tahap ke 3 nasabah dapat mengajukan pembiayaan untuk renovasi rumah dan pendidikan anak sekolah.<sup>19</sup> Naamun saat ini belum ada nasabah yang mengajukan pembiayaan untuk renovasi rumah dan pendidikan anak sekolah.<sup>20</sup>

Produk ini menjadi produk andalan kelompok perempuan untuk mengembangkan usahanya, selain karna plafon pembiayaan sesuai dengan kemampuan mereka, produk PMD ini juga tidak mensyaratkan adanya anggunan sebagai syarat pembiayaan yang selama ini menjadi kendala bagi masyarakat pra-sejahtera untuk memanfaatkan produk perbankan.<sup>21</sup> Masyarakat desa pra sejahtera dapat memanfaatkan produk PMD untuk mengembangkan usahanya sehingga dengan produk PMD dapat mewujudkan pemberdayaan terhadap ekonomi masyarakat.

Produk PMD memberikan pembiayaan modal usaha untuk dimanfaatkan sebagai pembiayaan produktif bagi masyarakat pra sejahter mengembangkan atau membangun usaha produktif. Pembiayaan ini ditujukan agar menjadi tambahan moal usaha bagi masyarakat pra-sejahtera, pengajuan pembiayaan dilakukan secara serentak setelah terbentuk satu kelompok yang terdiri minimal

5 orang yang berada pada satu desa dan rumah berdekatan untuk melancarkan dan memudahkan pengembalian pembiayaan melalui angsuran setiap dua minggu sekali di pertemuan PRS<sup>22</sup>. Pada kegiatan PRS setiap nasabah diwajibkan hadir karena kehadiran merupakan jaminan bagi pihak bank. Penyetoran pembiayaan dilakukan secara kelompok langsung disetorkan kepada pembina sentra (PS)<sup>23</sup> yang berkewajiban mengambil angsuran nasabah di rumah sentra<sup>24</sup> pada saat PRS dan kemudian menyetorkannya kepada Bank. Pada pertemuan PRS nasabah juga dapat menyetor tabungan yang menggunakan akad *wadi'ah*. Tabungan tersebut akan disetorkan ke rekening nasabah dan dilakukan pencatatan langsung oleh PS dihadapan nasabah. Tabungan yang disetorkan oleh nasabah dapat diambil utuh sejumlah setoran tanpa pemotongan biaya penitipan atau beban administrasi lainnya. Penarikan tabungan hanya dapat dilakukan saat Pertemuan PRS, sebelum melakukan transaksi penarikan nasabah harus mengajukan penarikan tunai 2 minggu sebelumnya karena Pembina sentra tidak membawa uang tabungan nasabah setiap PRS.<sup>25</sup>

Berikut ini adalah tabel jenis usaha nasabah debitur dalam pembiayaan mikro pada produk PMD kelompok di Bank BTPN Syari'ah Area Banda Aceh dan Aceh Besar yang penulis rangkum dari hasil interview

---

<sup>19</sup>Hasil wawancara dengan Della Nolanda Rina, Pembina sentra MMS Kuta Baro, pada tanggal 15 juni 2017.

<sup>20</sup>Hasil wawancara dengan Marlia Sari, Pembiana senta MMS Kuta Baro, pada tanggal 15 juni 2017.

<sup>21</sup>Hasil wawancara dengan Ratna Juwita, Nasabah Paket Masa Depan Bank BTPN Syariah Area Banda Aceh dan Aceh Besar, pada tanggal 15 juni 2017.

<sup>22</sup>Hasil wawancara dengan Nadia, Pembina MMS Bank BTPN Syariah Area Banda Aceh dan Aceh Besar, pada tanggal 25 Agustus 2016.

<sup>23</sup>PS yaitu Pembina Sentra merupakan pegawai Bank BTPN Syariah yang bertugas membina nasabah untuk mengembangkan usaha dan sebagai tugas lapangan yang mengambil angsuran kelompok nasabah setiap dua minggu satu kali pada Pertemuan Rutin Sentra (PRS).

<sup>24</sup>Rumah Sentra merupakan tempat berkumpulnya anggota kelompok pada saat rutinitas perkumpulan setiap 14 hari yakni PRS, dalam rangka pembayaran angsuran pembiayaan kepada karyawan Bank BTPN Syari'ah.

<sup>25</sup>Hasil wawancara dengan Devi Susanti, Manager Sentra MMS Kuta Baro pada tanggal 24 Maret 2017.

dengan nasabah dan data yang penulis dapat dari PS orang nasabah debitur kelompok usaha perempuan dalam produk PMD, dengan perincian sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Jenis usaha nasabah debitur**

No	Jenis Usaha	Jumlah
1	Jualan Buah	1
2	Makanan atau jajanan	6
3	Jual Kue	14
4	Bahan bakar minyak	4
5	Kios	5
6	Kios Pulsa	5
7	Warung kelontong dan Kebutuhan dapur	8
8	Angsuran pakaian dan elektronik	7
9	Cuci Sepeda Motor dan Bengkel	2
10	Warung Kopi	2
11	Warung Nasi	6
12	Menjahit	2
13	Grosir Gas	1
14	RiasPengantin	1
15	Toko Pakaian	5
16	Sarapan Pagi	7
17	Gorengan	2
18	Mie Bakso	2
19	Jual Pulsa	2
20	Toko Jilbab	2
21	Toko Kelontong	4
22	Menjahit dan Menyewakan Baju	1
23	Toko Kosmetik	1
24	Toko Grosir	3
25	Loundry	1
25	Jual Bakso Keliling	1
27	Jual Lontong	1
28	Isi Ulang Air	3

Sumber; MMS Bank BTPN Syariah Area Banda Aceh dan Aceh Besar 2017.

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nasabah yang memiliki usaha dagang jual buah sebanyak 1 orang, makanan atau jajanan 6 orang, jual kue

sebanyak 14 orang, pedagang bahan bakar minyak sebanyak 4 orang, kios 5 orang, kios pulsa sebanyak 5 orang, yang memiliki usaha warung kelontong dan kebutuhan dapur sebanyak 8 orang, pedagang angsuran pakaian dan elektronik sebanyak 7 orang, nasabah yang memiliki usaha cuci sepeda motor dan bengkel sebanyak 2 orang, warung kopi 2 orang, warung nasi 6 orang, menjahit 2 orang, grosir gas 1 orang, rias pengantin 1 orang, toko pakaian 5 orang, sarapan pagi 7 orang, nasabah yang menjual gorengan 2 orang, mie bakso 2 orang, jual pulsa 2 orang, toko jilbab 2 orang, toko kelontong 4 orang, menjahit dan menyewakan baju 1 orang, nasabah yang memiliki toko kosmetik sebanyak 1 orang, nasabah yang memiliki toko grosir sebanyak 3 orang, laundry 1 orang, jual bakso keliling 1 orang dan nasabah yang memiliki usaha jual lontong sebanyak 1 orang dan usaha isi ulang air sebanyak 3 nasabah.<sup>26</sup>

Dalam memasarkan barang dagangan, penjual harus pandai menentukan pasar mana yang akan dimasuki. Artinya kemana atau siapa yang akan menjadi sasaran penjualan produk atau barang yang dimiliki penjual, mengingat dalam suatu pasar begitu banyak pembeli dengan keinginan dan kebutuhan yang berbeda. Hal inilah yang dalam istilah ekonomi disebut dengan segmentasi pasar.

Kelompok usaha perempuan dalam pembiayaan murabahah pada produk PMD ini umumnya menerima pembiayaan dengan besaran Rp. 2.000.000 sampai dengan Rp. 7.000.000 tapi ada juga sebagian nasabah yang telah mencapai pembiayaan pada besaran plafon Rp. 8.000.000 hingga Rp 30.000.000 dengan pengembalian pokok ditambah *mark up* yang telah ditetapkan pihak bank.<sup>27</sup> Persentase keuntungan yang diperoleh

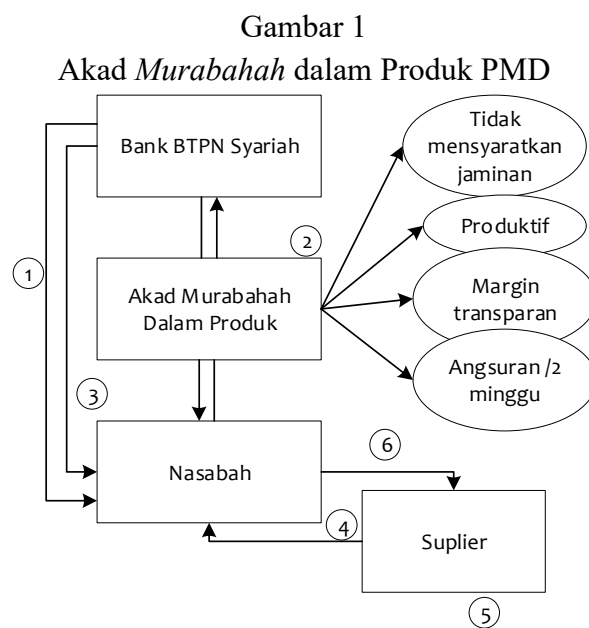
<sup>26</sup>Hasil wawancara dengan nasabah produk PMD Bank BTPN Syariah Area Banda Aceh dan Aceh Besar serta data yang diperoleh dari PS.

<sup>27</sup>Hasil wawancara dengan Khairunnisa, Pembina Sentra MMS Darul Imarah, pada tanggal 20 Januari 2017.

bank berdasarkan besaran plafon pembiayaan serta jangka waktu pembiayaan.<sup>28</sup>

Akad *murabahah* pada bank BTPN Syariah dikhususkan untuk menambah modal usaha bagi kalangan masyarakat menengah ke bawah misalnya membeli bahan bakar minyak untuk dijual. Akad *murabahah* pada Produk PMD ini tidak dibenarkan untuk dihabiskan pada kepentingan konsumtif, misalnya membeli TV, Kulkas, Sepeda Motor yang dimanfaatkan untuk konsumtif dan tidak dibenarkan pembiayaan PMD dimanfaatkan untuk usaha yang bertentangan dengan syariah islam seperti; memberikan pinjaman kepada orang lain (retenir), jual beli minuman keras, dan jual beli lainnya yang diharamkan dalam agama islam.<sup>29</sup> Yang mengakibatkan nasabah merasa sulit dalam mengembalikan angsuran pembiayaan. Seharusnya dipergunakan untuk kepentingan modal usaha yang memberi keuntungan bagi nasabah. Karena tujuan pembiayaan adalah untuk pembelian barang produktif keperluan usaha maka nantinya akan dimintakan bukti pembelian barang/kuitansi pembelian barang tersebut.<sup>30</sup>

Akad *murabahah* pada Bank BTPN Syaria'ah menjalankan akad dengan transparan, baik dari segi jangka waktu, bonus pembiayaan, prosedur penyetoran angsuran dan margin keuntungan juga dijelaskan kepada nasabah secara detail. Agar kedua belah pihak saling sepakat dan ridha.<sup>31</sup> Bila digambarkan dalam gambar, maka akan terlihat sebagai berikut:



Sumber: Hasil Wawancara

**Keterangan:**

1. Bank menawarkan produk kepada nasabah menggunakan strategi pemasaran;
2. Nasabah mengajukan pembiayaan kepada Bank BTPN Syariah;
3. Setelah bank menyetujui pembiayaan, bank mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang objek *murabahah*;
4. Nasabah membeli barang kepada supplier;
5. Pihak supplier mengirimkan barang kepada nasabah beserta dengan struk/bon rincian pembelian;
6. Setelah nasabah menerima barang, kemudian memberikan bukti pembelian kepada bank.

Pembiayaan pada bank BTPN Syariah bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat pra sejahtera dengan mengutamakan pem-

<sup>28</sup>Hasil wawancara dengan Nadia, Pembina MMS Area Banda Aceh dan Aceh Besar, pada tanggal 20 Januari 2017.

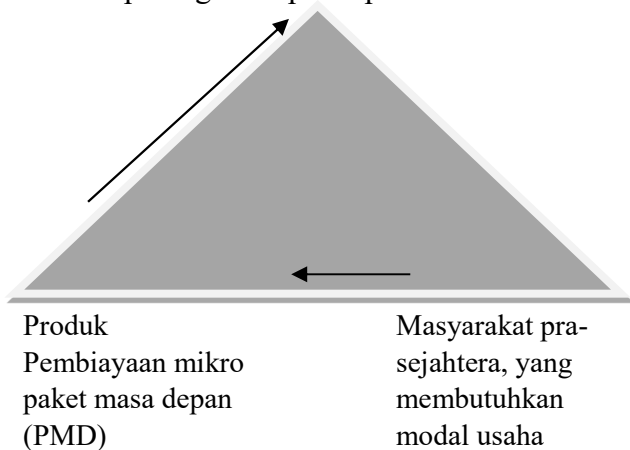
<sup>29</sup>Akad *murabahah* pada produk PMD pada Bank BTPN Syariah.

<sup>30</sup>Hasil wawancara dengan Nadia, Pembina MMS Bank BTPN Syariah Area Banda Aceh dan Aceh Besar, pada tanggal 20 Januari 2017.

<sup>31</sup>Pembiayaan yang diberikan oleh bank hanya dimanfaatkan untuk membeli barang yang akan dijual kembali atau diperdagangkan, pihak bank melarang pembiayaan *murabahah* tersebut digunakan untuk produk konsumtif.

biayaan kepada usaha mikro yang dominan dimiliki oleh masyarakat pra sejahtera dan pembiayaan juga diberikan kepada masyarakat pra sejahtera yang ingin memulai usaha yang memiliki tekad untuk merubah hidup menjadi lebih mandiri dan berkembang. Sehingga dengan adanya produk Paket Masa Depan (PMD) dari bank BTPN Syariah diharapkan mampu mewujudkan pemberdayaan ekonomi masyarakat, dengan meningkatkan pendapatan nasabah serta kesejahteraan masyarakat. Seperti pada gambar di bawah ini:

Gambar 2  
Produk PMD dan Kesejahteraan Masyarakat peningkatan pendapatan nasabah

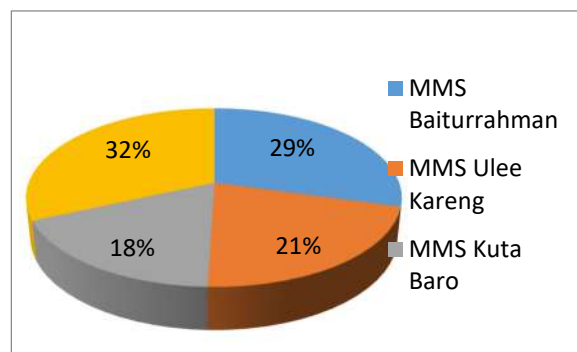


Sumber: hasil wawancara

Melalui produk yang disalurkan memudahkan masyarakat dalam perputaran modal usaha, jangka waktu angsuran pembiayaan yang ditentukan adalah setiap 14 hari meringankan nasabah tersebut dalam membayar angsuran, sehingga masyarakat dengan mudah dapat memutar modal usaha agar meningkat dan tidak terbebani dalam pengembalian pembiayaan. Selain itu, dalam pengembalian pembiayaan juga nasabah tidak perlu menghabiskan transportasi untuk ke bank, karena karyawan atau disebut dengan PS (Pembina Sentra) yang berkewajiban menjemputnya ke rumah sentra. Operasional

tersebut sangat membantu masyarakat, karena sebagian dari mereka tidak memiliki kendaraan pribadi, dan menyita waktu yang relatif panjang yang seharusnya waktu tersebut bias dimanfaatkan nasabah untuk menjalankan usahanya. Karena itu, pembiayaan PMD sangat diminati oleh masyarakat pra-sejahtera dan masyarakat mikro. Berikut gambar cacah potensi nasabah.

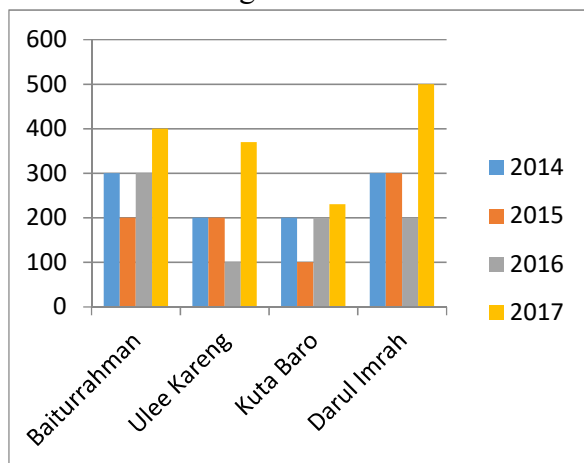
Gambar 3  
Cacah Potensi Nasabah



Sumber: wawancara dan dokumentasi dan olah data

Bila dilihat dari gambar cacah potensi di atas, nasabah yang mengambil pembiayaan PMD di MMS Baiturrahman sebesar 29% yakni sejumlah 1.200 nasabah, MMS Ulee Kareng sebesar 21% yakni sejumlah 870 nasabah, MMS Kuta baro sebesar 18% yakni sejumlah 730 nasabah dan MMS Darul Imarah sebesar 32% yakni sejumlah 1.300 nasabah. Berikut ini diagram batang yang menjelaskan tentang peningkatan nasabah setiap tahun dimulai dari tahun 2014 sampai dengan 2017. Berikut Diagram peningkatan nasabah;

Gambar 4  
Peningkatan nasabah



Sumber: wawancara, dokumentasi dan olah data

Anggota kelompok usaha perempuan ini adalah para ibu rumah tangga yang menjalankan usaha sebagai pendukung pendapatan keluarga. Hal ini dikarenakan mereka menyadari bahwa walaupun pemenuhan kebutuhan rumah tangga merupakan kewajiban suami sebagai kepala keluarga, namun atas dasar kerelaan mereka ikut andil dalam pemenuhan kebutuhan tersebut sekaligus meringankan tanggung jawab (beban) suami sebagai kepala keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa mereka sebagai pendamping kepala keluarga juga memiliki rasa tanggung jawab, perhatian dan kepedulian yang tinggi serta ingin merubah kehidupan perekonomian rumah tangga agar menuju kesejahteraan.<sup>32</sup>

Selain karena adanya keinginan untuk membantu meringankan beban kepala keluarga dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga, alasan lain yang menyebabkan kaum ibu yang bergabung dalam kelompok usaha pembiayaan mikro pada produk PMD (Paket Masa Depan) yang dibiayai oleh Bank BTPN Syariah Area Banda Aceh dan Aceh Besar ialah pemanfaatan waktu luang juga untuk

menyalurkan bakat berwirausaha. Banyak kaum perempuan yang memiliki potensi yang harus dikembangkan, tetapi karena sebab-sebab tertentu (misalnya ketiadaan modal) mereka tidak leluasa untuk berkreasi. Pembiayaan mikro pada Produk PMD yang dipasarkan oleh Bank BTPN Syariah Area Banda Aceh dan Aceh besar hendaknya dapat memberikan peluang bagi perempuan untuk berkreasi sehingga dapat menciptakan perekonomian keluarga yang lebih baik.

Pemanfaatan pembiayaan mikro pada produk PMD memberi dampak yang signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Produk PMD dan masyarakat memiliki satu tujuan yaitu memberdayakan perekonomian masyarakat dan mensejahterakan masyarakat pra sejahtera. Kesejahteraan masyarakat juga dapat kita ukur dengan meningkatnya persentase keuntungan sehingga mereka dapat menambah plafon pembiayaan pada tahap berikutnya. Terkadang ada nasabah yang usahanya berkembang baik dan menghasilkan keuntungan yang cukup baik juga tapi pada tahapan pembiayaan PMD mereka tidak menambah plafon terlalu besar, mereka hanya menambah jumlah plafon seperlunya saja, nasabah seperti ini dikategorikan ke dalam nasabah produktif. Namun ada juga nasabah yang mengalami peningkatan persentase keuntungan yang cukup bagus sehingga usaha semakin berkembang dan tahapan selanjutnya mengambil pembiayaan 2 kali lipat sesuai dengan tahapan plafon pembiayaan, nasaba seperti ini dikategorikan ke dalam nasabah produktif dan pembiayaan meningkat. Ada pula nasabah yang meingkatnya persentase keuntungan yang masi dalam kewajaran namun tidak membayar angsuran pembiayaan sebagai mana mestinya dan mereka tidak dapat melanjutkan tahapan pembiayaan PMD

<sup>32</sup>Hasil wawancara dengan Ibu Halimah nasabah pembiayaan *murabahah* pada produk PMD di Bank BTPN Syari'ah Area Banda Aceh, pada tanggal 10 Februari 2017.

ke tahap selanjutnya, nasabah seperti ini dikategorikan kedalam kelompok nasabah menunggak. Dari tiga model nasabah analisa penulis, ketiga-tiganya mengalami persentase peningkatan keuntungan setelah mengambil pembiayaan PMD pada Bank BTPN Syariah. Hanya saja sebagian kecil nasabah mengalami penunggakan dikarenakan berbagai macam sebab.

#### E. KESIMPULAN

Aplikasi akad *murabahah* di bank BTPN Syariah pada produk PMD dikhususkan untuk jual beli barang usaha sebagai tambahan modal usaha yang pembiayaannya diberikan oleh pihak bank menggunakan margin keuntungan. Pada pembiayaan ini bank mewakili pembelian barang kepada nasabah untuk membeli barang kepada pemasok dengan menggunakan akad *wakaah* dimana nasabah membeli sendiri barang kepada pemasok dan selanjutnya bank melakukan survey ulang ke tempat usaha nasabah untuk melihat bukti apakah pembiayaan tersebut digunakan untuk hal produktif atau sebaliknya. Keuntungan yang diperoleh oleh nasabah pada setiap minggunya disarankan oleh bank agar sebagian dari keuntungan untuk di tabung di bank BTPN setiap 2 minggu ketika jatuh tempo angsuran pembiayaan. Tabungan tersebut menggunakan akad *wad'iah* tanpa ada potongan dan beban biaya lainnya. Akad *murabahah* pada produk mikro bank BTPN Syariah tidak menjadikan anggunan sebagai syarat pembiayaan. Sehingga produk PMD ini banyak dilirik oleh masyarakat pra sejahtera.

BTPN Syariah menggunakan strategi *marketing*. Dimana pihak bank langsung menjumpai nasabah untuk memperkenalkan produk pembiayaan. Sebelum petugas bank menjumpai masyarakat, pihak bank terlebih dahulu melakukan pertemuan dengan aparatur desa untuk melakukan sosialisasi terhadap

produk PMD. Bank BTPN Syariah dalam memasarkan produk tidak mensyaratkan anggunan sebagai jaminan dalam pembiayaan.

Pemanfaatan masyarakat terhadap produk PMD dalam Pemberdayaan Ekonomi. Masyarakat dapat memanfaatkan pembiayaan ini tanpa harus memiliki objek untuk dijadikan agunan, ini menjadi peluang besar bagi masyarakat dari berbagai level ekonomi dengan tingkat plafon terkecil 1.500.000 menarik nasabah pra sejahtera untuk memanfaatkan produk PMD. Pemanfaatan tersebut dapat meningkatkan pendapatan usaha masyarakat. Meningkatkan hal ini dibuktikan dengan peningkatan keuntungan usaha setelah mengambil pembiayaan di bank BTPN Syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwasemua responden mengakui adanya peningkatan keuntungan setelah memperoleh pembiayaan dari produk PMD pada bank BTPN Syariah. Peningkatan keuntungan nasabah setelah mengambil pembiayaan produk PMD berkisar antara 25% sampai dengan 92%. Nasabah produktif mengalami peningkatan keuntungan berkisar antara 50% sampai dengan 75%, untuk nasabah produktif dan pembiayaan meningkat mengalami peningkatan usaha yang sangat signifikan dan peningkatan keuntungan berkisar antara 76% sampai dengan 92% untuk golongan nasabah yang menunggak pada dasarnya juga mengalami peningkatan keuntungan 25% sampai dengan 67%, selain itu usaha nasabah semakin berkembang dan jumlah produksi meningkat. Kemudian hasil penelitian menunjukkan plafon nasabah mengalami peningkatan setiap tahunnya.

#### F. DAFTAR PUSTAKA

Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, Ed. III, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007.



- Afnil Guza, *Undang-undang Perbankan Syari'ah No. 21 Tahun 2008 dan Surat Berharga Syari'ah Negara No. 19 Tahun 2008*, Cet. I, Jakarta: Asa Mandiri, 2008.
- Akyuwen, Wijaya, Suthapa, *Teoridan Praktek Keuangan Mikro Di Indonesia*, (Yogyakarta: Sekolah Pasca Sarjana Universitas Gajah Mada, 2010).
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia 2010
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT. Jasa Grafindo Persada, 2007.
- Astrid Rahayu, "Strategi Meningkatkan Peranan Lembaga Keuangan Mikro Dalam Menopang Ekonomi Pedesaan (Kasus Koperasi Kerja Usaha Bersama Kramat Jaya, Desa Paburuan, Kecamatan Kemang, Kabupaten Bogor)", Bogor, September, 2009. Diakses 25 Februari 2017.
- Broto. R. Hertono, *Cara-Cara Sampling*, Jakarta: Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia, 1977.
- Buku Saku Pembina Sentra Bank BTPN Syariah.
- Cik Hasan Basri, *Model Penelitian Fiqh*, Jilid I, Jakarta: Kencana, 2003.
- Fahmi Irham, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, (Bandung: ALFABETA, 2014).
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andy Offset, 2005.
- Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Dalam Perspektif Islam*, Cilacap: Pustaka El-Bayan, 2012.
- Faturrahman Djamil, *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah di Bank Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2012.
- Ghufron A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Ed. I, Cet. I, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: EKONISIA 2008.
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006.
- Herry Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia.
- Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, Jakarta: PT Grafindo Persada, 2010
- Ibnu Mas'ud dan Zainal Abidin, *Fiqh Mazhab Syafi'I*, Cet. I, Bandung: Pustaka Setia, 2000.
- Ibnu Qudamah, *Al-Mughni*, Jilid. VI, Cet. II, Kairo: Hajar, 1992.
- Ibnu Rusyd, *Bidayatu al-Mujtahid*, (Terj. M. A. Abdurrahman dan A. Haris Abdullah), Cet. I, Semarang: Asy-Syifa', 1990.
- Ikatan Akuntansi Indonesia, *Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan Bank Syari'ah*, Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia, 2002.
- Imamul Arifin, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, Jakarta: Setia Purna Inves 2007.
- Irwan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Karnaen Perwaatmadja dan Syafi'I Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta; Dana Bhakti Prima Yasa, 1999.
- Karnaen Perwataatmadjadkk, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, Ed. I, Cet. I, Jakarta: Kencana, 2005.
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, Ed. I, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.

- Khusniati Rofiah, *Peran Lembaga Keuangan Mikro dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Ponorogo*, diakses 25 Februari 2017.
- M. Nur Rianto Al-Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*, Bandung: CV Pustaka Setia.
- M. Quraish Shihab, *Tafsiral-Mishbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Cet. VIII, Jakarta: Lentera Hati, 2007.
- M.Hasan, *Penentuan Dasar Kaedah Penelitian Masyarakat*, Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1993.
- Mohd Ansyar, *Analisis Pembiayaan Murabahah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Palu Tadulako*. Diakses 25 Maret 2017.
- Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank*, Yogyakarta: UII Press, 2004.
- Muhammad Nazir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998.
- Muhammad Fuad Abdul Baqi, *Sunan Ibnu Majah*, Jilid. II, Semarang: Karya Toha Putra.
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Islam dari Teori ke Praktik*, Cet. I, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi, Teori dan Aplikasi*, Cet. I, Jakarta; Raja Grafindo Persada, 1997.
- Muhammad, *Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, Yogyakarta: UII Press, 2000.
- Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2002
- Muhammad, *Manajemen Keuangan Syari'ah Analisis Fiqh dan Keuangan*, Yogyakarta, 2013.
- Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syari'ah*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2005.
- Pajar Rahmatuloh, *Akad Murabahah dan Implementasinya pada Syariah dihubungkan dengan kebolehan praktek murabahah menurut para ulama*, diakses 25 Maret 2017.
- Ridha Kurniawan Adnans, *Penerapan Sistem Jual Beli Murabahah Pada Bank Syari'ah Studi Kasus Terhadap Pembiayaan Rumah/Properti Pada Bank Negara Indonesia Cabang Medan*, Medan 2007. Diakses 25 Maret 2017.
- Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global*, (Terj. Ahmad Ikhrom), Cet. I, Jakarta: Zikrul Hakim, 2004.
- Sayyid Quthb, *Tafsir fi Zhilalil Quran*, (Terj. As'ad Yasin, dkk), Jilid II, Cet. I, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, (Terj. Kamaluddin A. Marzuki dkk), Cet. X, Bandung: Alma'arif, 1996.
- Sri Anggraini, *Populasi dan Sampel*, Jakarta: Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia, 1979.
- Sudjana, *Metode Statistik*, Bandung: Tarsito, 1998.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cet. III, Bandung; Alvabet, 2007.
- Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syari'ah*, Cet. I, Jakarta: Zikrul Hakim, 2003.
- Sutan Remy Syahdeini, *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, Cet. II, Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti, 2005.
- Tim Penulis DSN-MUI, *Himpunan Fatwa Dewan Syari'ah Nasional*, Cet. II, Jakarta: PT. Intermasa, 2003.

- Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking: sebuah teori, konsep dan aplikasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Veithzal Rivai, Andria Permata Veithzal dan Ferry N. Idoes, *Bank and Financial Institution Management*, Ed. I, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Wahbah Zuhaili, *Fiqh al-Islam wa Adillatuhu*, Jilid V, Suriah: Dar al-Fikri, 2004.
- Warkum Sumitro, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait*, Ed. Revisi, Cet. IV, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Winarno Surakhmand, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik*, Bandung: Tarsito, 1985.
- Yusuf Al Qaradhawi, *Halal Haram Dalam Islam*, (Terj. Abu Hana Zulkarnaini dan Abdurrahim Mu'thi), Cet. I, Jakarta: Akbar Media Eka Sarana, 2004.
- Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syari'ah*, Cet. IV, Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006.
- Zulia Hanum, *Analisis Penerapan Transaksi Murabahah pada Bank Pembiayaan Rakyat (BPR) Syariah Gebu Prima Medan*. Diakses 25 Maret 2017.
- <http://www.btpnsyariah.com/tentang-kami/profil> BTPN Syariah. Diakses pada tanggal 04 April 2017
- Mikha Paricha, "Pembiayaan Sektor Mikro dan Corporate", dalam <http://mikhaparicha.com/2013/04/pembiayaan-sektor-mikro-dan-corporate.html>, diakses pada tanggal, 25 November 2017.
- Otoritas Jasa Keuangan, di akses dari web resmi OJK.go.id, pada tanggal 26 Maret 2016.
- Otoritas Jasa Keuangan, di akses dari web resmi OJK.go.id, pada tanggal 26 Maret 2016.
- Pemkot Banda Aceh Segera Bentuk Lembaga Keuangan Syariah*, dikases pada [www.gomuslim.co.id](http://www.gomuslim.co.id) pada tanggal 6 oktober 2017.
- Sumber dari <http://www.btpnsyariah.com/tentang-kami/profil>. Diakses pada tanggal 04 Januari 2017.
- Tatiek Kurniawati, *Memahami Konsep Operasional UMKM*, <http://www.google.co.id>, diakses pada tanggal 20 Maret 2017.

#### Website:

- Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional, di akses dari web BKKBN, pada tanggal 25 November 2017
- Badan Pusat Statistik Aceh, *Jumlah Dan Persentase Penduduk Miskin Provinsi Aceh Maret 2000 - Maret 2017*, diakses pada website resmi [aceh.bps.go.id](http://aceh.bps.go.id) pada 6 oktober 2017.
- <http://medanbisnisdaily.com> diakses pada tanggal 5 Oktober Tahun 2017.

