

## **Implementasi Strategi *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Dalam Mengurangi Dampak Negatif Praktik Rentenir**

**(Studi Kasus di BMT Al-Kahfi Jombang)**

**Nur Islamiyah**

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Hasyim Asy'ari  
Jl. Irian Jaya No. 55 Tebuireng, Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang  
Mia1997aini1996@gmail.com

### ***Abstract***

*Lack of funds is one of the problems that usually happen in middle and lower society causes a part of society borrow the money from moneylenders. Presence of BMT Al-Kahfi Jombang as microfinance institutions directed in middle and lower society become the alternative for society in order to avoid the practice of moneylenders. Research method that used qualitative with descriptive analysis through a phenomenological approach in the object of research. Technique of collecting data that used interview, observation, and documentation. This research result shows that moneylenders practice in Legi Market Jombang there are two kinds of moneylenders with KSP and private, with negative effects that caused are between spreading the practice of usury and inhibiting the growth of the community's economy especially small traders, while the strategy of implementation of BMT Al-Kahfi Jombang in reducing the negative effect of moneylenders which leads to marketing strategy.*

**Key Words:** *strategy of implementation, moneylenders practice.*

### ***Abstrak***

*Kekurangan dana merupakan permasalahan yang biasa dialami oleh masyarakat kecil-menengah yang menyebabkan sebagian masyarakat meminjam uang kepada rentenir. Hadirnya BMT Al-Kahfi Jombang sebagai lembaga keuangan mikro yang ditujukan kepada masyarakat kecil-menengah menjadi alternatif bagi masyarakat agar terhindar dari praktik rentenir. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan analisis deskriptif melalui pendekatan fenomenologi pada objek penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik rentenir di pasar Legi Jombang ada dua macam yaitu rentenir berkedok KSP dan swasta, serta dampak negatif yang ditimbulkan di antaranya adalah menyebarkan praktik riba dan menghambat pertumbuhan perekonomian masyarakat khususnya pedagang kecil, sedangkan implementasi strategi BMT Al-Kahfi Jombang dalam mengurangi dampak negatif praktik rentenir lebih mengarah pada strategi pemasaran.*

**Kata Kunci:** *Implementasi strategi, praktik rentenir.*

## **Pendahuluan**

Permasalahan yang biasa dialami oleh masyarakat khususnya masyarakat kecil-menengah adalah kekurangan dana. Penyebab utama dari permasalahan tersebut biasanya disebabkan oleh meningkatnya kebutuhan yang tidak diiringi dengan peningkatan pendapatan (Ayogi dan Kurnia, 2015:2). Hal ini membuat sebagian masyarakat memilih alternatif dengan meminjam uang kepada rentenir untuk memenuhi kebutuhannya karena jika melakukan pinjaman maupun pembiayaan pada bank, persyaratan yang harus dipenuhi sangat rumit seperti harus ada jaminan yang sesuai dengan jumlah pinjaman saat pengajuan pembiayaan (Parlina, 2017:102). Hadirnya *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) di Indonesia menjadi suatu pilihan dan alternatif bagi masyarakat kecil-menengah yang diharapkan mampu mengurangi bahkan menghapus praktik rentenir di kalangan masyarakat.

Penelitian ini fokus pada sejauh mana “Implementasi Strategi *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) dalam Mengurangi Dampak Negatif Praktik Rentenir (Studi Kasus di BMT Al-Kahfi Jombang)”, yang merupakan pengembangan dari penelitian Nurjaman (2010) dengan judul “Peranan *Baitul Maal Wattamwil* dalam Mengatasi Dampak Negatif Praktik Rentenir (Studi Kasus Pada BMT di Al Fath IKMI Ciputat)”, di mana hasil dari penelitian tersebut hanya membahas terkait peran BMT dalam mengurangi dampak negatif praktik rentenir dan masih perlu untuk dilakukan pengembangan penelitian secara lebih mendalam terkait strategi-strategi BMT dalam mengurangi dampak negatif praktik rentenir untuk menunjang perannya sebagai lembaga yang mampu menggeser rentenir dalam praktiknya menyebarkan praktik ribawi (Rozalinda, 2013:517).

Peneliti mengambil objek penelitian di BMT Al-Kahfi Jombang yang berada di kawasan pasar Citra Niaga atau pasar Legi Jombang, dimana yang telah diketahui bahwa pasar merupakan salah satu tempat yang sangat rentan dengan adanya praktik rentenir karena memiliki peran penting terhadap lembaga perekonomian dan merupakan salah satu tempat yang mengatur kehidupan sosial termasuk perekonomian (Rozalinda, 2013:519). Hal tersebut sangat berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti untuk mencari, memperoleh,

serta menggali informasi dan data yang diperlukan dalam penelitian. Selain itu, BMT Al-Kahfi Jombang memiliki peningkatan jumlah nasabah yang relatif tinggi setiap tahunnya baik nasabah penabung maupun nasabah peminjam, dimana mayoritas nasabah BMT Al-Kahfi Jombang adalah para pedagang di pasar Citra Niaga Jombang atau Pasar Legi Jombang. Berikut data peningkatan nasabah di BMT Al-Kahfi Jombang:

Tabel 1.1 Peningkatan Nasabah BMT Al-Kahfi Jombang

KRITERIA NASABAH	TAHUN		
	2016	2017	2018
Penabung	794	1.028	1.396
Peminjam	360	504	790

Sumber: BMT Al-Kahfi Jombang

Berdasarkan uraian diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui praktik rentenir dan dampak negatifnya pada masyarakat di sekitar BMT Al-Kahfi Jombang, serta mengetahui implementasi strategi BMT dalam upayanya mengurangi dampak negatif praktik rentenir.

Pada dasarnya, strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang mengarahkan pada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta lokasinya (Assauri, 2007:168). Definisi lain mengatakan bahwa strategi pemasaran adalah alat yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan pemasaran, sedangkan tujuan pemasaran merupakan sebuah strategi atau cara agar suatu perusahaan dapat merebut *mind share* pelanggan (menempatkan suatu produk ke dalam benak konsumen) (Budiarto, 2013:14). Salah satu dimensi strategi pemasaran adalah segmentasi pasar yang merupakan suatu proses atau strategi untuk membagi pasar dalam kelompok atau bagian tertentu dan mempelajari bagian-bagian tertentu untuk dijadikan pasar sasaran (Assauri, 2007:144).

Selain itu, kualitas pelayanan juga diperlukan dalam dunia bisnis sebagai salah satu cara mencapai target dalam strategi pemasaran karena pelayanan merupakan kunci keberhasilan dalam berbagai macam jenis usaha, terutama

perusahaan jasa, yakni dengan memberikan layanan yang berkualitas guna memenuhi kebutuhan konsumen (Andini, 2018:23).

Pada strategi pemasaran terdapat bauran pemasaran (marketing mix) yang menetapkan komposisi terbaik dari empat komponen atau unsur pemasaran agar memperoleh sasaran pasar yang akan dituju se kaligus mencapai tujuan dan sasaran dari suatu perusahaan (Assauri, 2007:198). Empat komponen atau unsur pemasaran tersebut adalah sebagai berikut, pertama Strategi produk, dalam hal ini adalah menetapkan suatu strategi dan penyediaan suatu produk (barang atau jasa) yang tepat bagi pasar yang akan dituju, sehingga hal tersebut akan kepuasan bagi pelanggan sekaligus meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang melalui peningkatan penjualan dan pangsa pasar (*market share*). Tujuan dari strategi produk ini adalah untuk mencapai sasaran pasar yang dituju melalui peningkatan kemampuan bersaing dan mengatasi persaingan dan diharapkan dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen ketika menggunakan produk tersebut (Assauri, 2007:199-201). Kedua adalah Strategi harga, Assauri (2007:223) menyatakan bahwa harga merupakan satu-satunya bauran pemasaran (*marketing mix*) yang menghasilkan penerimaan penjualan, karena unsur atau komponen lainnya hanya unsur biaya saja. Peranan penetapan harga menjadi sangat penting terutama ketika keadaan persaingan semakin tajam dan perkembangan permintaan yang terbatas. Penetapan harga sangat mempengaruhi kemampuan bersaing dan kemampuan perusahaan dalam mempengaruhi konsumennya.

Komponen ketiga adalah Strategi distribusi, menurut pendapat Assauri (2007:233-234), setiap perusahaan harus melakukan kegiatan distribusi atau penyaluran untuk mencapai tujuan dan sasarannya pada bidang pemasaran. Distribusi merupakan kegiatan penyampaian produk agar sampai ke tangan para konsumen pada waktu yang tepat. Faktor saluran pemasaran dan distribusi fisik mempunyai hubungan yang sangat erat dalam menentukan keberhasilan distribusi dan pemasaran produk suatu perusahaan. Komponen keempat adalah strategi promosi, perusahaan harus berusaha untuk mempengaruhi para konsumennya agar dapat menciptakan permintaan atas suatu produk yang kemudian akan dipelihara

dan dikembangkan. Usaha yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan melakukan kegiatan promosi yang merupakan salah satu dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Kegiatan promosi yang direncanakan, diarahkan, dan dikendalikan dengan baik, diharapkan mampu berperan dalam upaya peningkatan penjualan dan *market share* dan mempertahankan ketenaran merek (*brand*), sebab sebesar apapun manfaat dari suatu produk jika tidak dikenal oleh para konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya bahkan mungkin tidak dibeli oleh para konsumen (Assauri, 2007:264-265).

Pemberian hadiah (*reward*) juga merupakan bagian dari upaya menyukseskan kegiatan promosi, di mana Hadiah (*reward*) merupakan bagian dari strategi pemasaran yang biasa dilakukan oleh suatu perusahaan (instansi) atau perbankan untuk memelihara hubungan antara pihak perusahaan (instansi) dengan konsumen/nasabah agar para konsumen/nasabah tidak beralih ke perusahaan (instansi) atau bank lain (Karunia, 2014:20).

Baitul *Maal Wa Tamwil* (BMT) merupakan suatu lembaga yang memiliki fungsi ganda yaitu melakukan pengumpulan dan penyaluran dana *non profit* (zakat, infaq, sedekah) dan komersial (Huda dan Heykal, 2010:363). Pada dasarnya, kegiatan dalam BMT terdiri dari dua lembaga, di mana keduanya memiliki pengertian dan fungsi yang berbeda. *Pertama*, Baitul *Maal* merupakan lembaga yang berfungsi sebagai tempat mengumpulkan sekaligus membelanjakan atau mendistribusikan dana sosial kepada masyarakat seperti Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS) yang dilakukan berdasarkan ketentuan dalam Al-Qur'an dan Hadits. *Kedua*, Baitul *Tamwil* merupakan lembaga bisnis atau lembaga keuangan yang berorientasi *profit* atau keuntungan seperti menghimpun dana dalam bentuk tabungan dan deposito, yang kemudian dana tersebut akan disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah (Ridwan, 2004:126).

Secara umum, peran Baitul *Maal Wa Tamwil* (BMT) adalah melakukan pembinaan dan pendaan yang harus dilakukan berdasarkan prinsip syariah. Dalam pelaksanaannya, BMT sebagai lembaga keuangan syariah ditujukan kepada masyarakat yang memiliki perekonomian kecil. Hadirnya BMT di Indonesia

memiliki peran tersendiri bagi masyarakat khususnya masyarakat kecil untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup dan perekonomiannya. Beberapa peran BMT adalah sebagai berikut (Rozalinda, 2013:517), (1) Menjauhkan masyarakat dari praktik ekonomi non syariah. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan sosialisasi secara aktif di tengah-tengah masyarakat mengenai pentingnya ekonomi islam dengan cara memberikan pelatihan-pelatihan terkait cara bertransaksi secara Islami. (2) Melakukan pembinaan dan pendanaan usaha kecil karena BMT memiliki fungsi sebagai lembaga keuangan mikro. (3) Mampu melepas ketergantungan masyarakat kepada pihak rentenir yang menyebarkan praktik ribawi.

Secara umum rentenir dapat didefinisikan sebagai orang yang menawarkan pinjaman uang kepada masyarakat guna memperoleh keuntungan atau *profit* melalui pembebanan bunga atau dapat pula diartikan orang yang menawarkan pinjaman jangka pendek (*short-term loans*) dengan persyaratan mudah bahkan tanpa jaminan akan tetapi dikenakan bunga yang relatif tinggi (Nugroho, 2001:18).

Biasanya sasaran praktik rentenir ini ditujukan kepada masyarakat yang memiliki perekonomian kecil-menengah yang membutuhkan pencairan dana cepat. Mudahnya persyaratan bahkan seringkali tanpa jaminan serta pencairan uang pinjaman yang cepat menjadi alasan masyarakat untuk melakukan pinjaman kepada pihak rentenir (Parlina, 2017:116). Dalam praktiknya, presentase bunga yang biasa diberikan oleh pihak rentenir kepada para peminjam atau nasabahnya adalah sekitar 10% hingga 30% (Parlina, 2017:102).

Dampak negatif yang ditimbulkan dari adanya praktik rentenir secara umum antara lain adalah sebagai berikut (Nurjaman, 2010:22-23) : (1) Menyebarkan adanya praktik riba. (2) Menambah dan memperparah masalah kesenjangan ekonomi antar masyarakat. (3) Sulit lepas dari jeratan rentenir apabila telat membayar karena akan ditambah dengan bunga yang sama. (4) Bunga yang tinggi dapat meresahkan masyarakat.

## Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan jenis kualitatif dengan analisis deskriptif, di mana dalam pendekatan ini lebih ditekankan pada analisis terhadap fenomena-fenomena yang akan diamati yang kemudian dihubungkan dengan menggunakan logika ilmiah, selain itu jenis penelitian ini juga ditekankan pada proses penyimpulan deduktif dan induktif (Azwar, 2005:15). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan fenomenologi, di mana pendekatan fenomenologi ini berorientasi untuk memahami, menggali dan menafsirkan makna dari peristiwa-peristiwa dan fenomena-fenomena serta hubungannya dengan orang-orang dalam situasi tertentu (Iskandar, 2010: 204).

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara (interview) kepada manajemen dan marketing BMT Al-Kahfi Jombang serta 15 pedagang di Pasar Legi Jombang. Selain itu, peneliti juga melakukan dokumentasi untuk mengumpulkan data yang berupa literatur seperti buku-buku maupun jurnal-jurnal yang dijadikan sebagai referensi penulisan, dan arsip maupun dokumen di BMT Al-Kahfi Jombang seperti jumlah nasabah atau peningkatan jumlah nasabah setiap tahunnya.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Praktik Rentenir Menurut Masyarakat di Sekitar BMT Al-Kahfi Jombang

Para pedagang di pasar Legi Jombang memberikan tanggapan yang menyatakan bahwa pihak rentenir dalam praktiknya meminjamkan uang kepada masyarakat khususnya para pedagang kecil dengan mensyaratkan pengembalian bunga yang relatif tinggi. Hal ini sesuai dengan pendapat Nugroho (2001) yang menyatakan bahwa rentenir merupakan orang yang menawarkan pinjaman uang kepada masyarakat guna memperoleh keuntungan atau *profit* melalui pembebanan bunga atau dapat pula diartikan orang yang menawarkan pinjaman jangka pendek (*short-term loans*) dengan persyaratan mudah bahkan tanpa jaminan akan tetapi dikenakan bunga yang relatif tinggi.

Parlina (2017) berpendapat bahwa mudahnya persyaratan bahkan seringkali tanpa jaminan serta pencairan yang cepat menjadi alasan masyarakat untuk melakukan pinjaman kepada pihak rentenir. Hal ini ditegaskan oleh pernyataan dari 15 pedagang khususnya pedagang kecil di pasar Legi Jombang yang tertarik meminjam uang pada rentenir dengan alasan mudahnya persyaratan bahkan tanpa jaminan dan pencairan pinjaman yang cepat yang ditawarkan oleh pihak rentenir, namun ketika plafon pinjaman di atas Rp. 1.500.000,00, maka pihak rentenir akan meminta jaminan berupa Kartu Tanda Penduduk (KTP) asli.

Bapak Sugiono selaku pihak yang menawarkan pinjaman uang kepada para pedagang di pasar Legi Jombang juga mempertegas pernyataan tersebut: “...begini mbak, kalau pinjam sama saya biasanya gak usah pakek syarat tapi kalau pinjamnya di atas Rp. 1.500.000,00, saya minta KTP aslinya buat jaminan, tapi biasanya kalau pedagang di pasar Legi ini jarang pinjam di atas Rp. 1.500.000,00 soalnya kebanyakan nasabah saya adalah pedagang kecil yang butuh pinjaman uang sedikit tapi dengan pencairan yang cepat. Biasanya juga pedagang kecil sering butuh uang untuk memenuhi kebutuhannya baik untuk modal usaha atau buat kebutuhan sehari-hari, jadi mereka butuh pinjaman yang tanpa ribet dengan syarat-syarat, mereka juga butuh dapat uangnya cepat” (Wawancara Pribadi, Tanggal 22 Mei 2018).

Parlina (2017) berpendapat bahwa presentase bunga yang biasa diberikan oleh pihak rentenir kepada para peminjam atau nasabahnya adalah sekitar 10% hingga 30%. Pernyataan tersebut sesuai dengan bunga yang biasa diberikan oleh rentenir di pasar Legi Jombang yaitu 10% sampai dengan 30%, namun seringkali pedagang di pasar Legi Jombang dibebankan bunga sebesar 20%.

Pernyataan tersebut ditegaskan kembali oleh Ibu Maisyaroh yang berprofesi sebagai pedagang tahu: “... dulu saya pernah pinjam uang sama rentenir Rp. 100.000,00, tapi saya cuma dikasih uang Rp. 89.000,00. Kata orang yang saya pinjami itu Rp. 5.000,00 buat biaya buku tabungan, Rp. 5.000,00 lagi buat saldo tabungan, dan Rp. 1.000,00 buat jasa penulisannya.



Saya dapet bunga 20%, jadi saya harus baliki uangnya Rp. 120.000,00 tapi dicicil setiap hari Rp. 4.000,00 selama 30 hari. Saya pinjam uang itu soalnya saya terpaksa mbak ada keperluan mendadak jadi saya tidak peduli dengan bunganya yang penting saya dapat uang pinjaman” (Wawancara Pribadi)

Berdasarkan hasil pengamatan, dapat disimpulkan bahwa praktik rentenir di pasar Legi Jombang dibedakan menjadi dua macam, yaitu :

a. Berkedok Koperasi Simpan Pinjam (KSP)

Rentenir menawarkan pinjaman uang kepada pedagang kecil di pasar Legi Jombang seringkali mengatasnamakan dirinya sebagai Koperasi Simpan Pinjam (KSP), akan tetapi praktik usaha di dalamnya adalah rentenir. Mereka biasanya berkeliling pasar menemui para pedagang untuk menawarkan pinjaman uang dengan kemudahan-kemudahan yang diberikan seperti tanpa jaminan dan pencairan yang cepat dengan membawa buku dan kertas yang berisi nomor-nomor tertentu yang dijadikan patokan angsuran pinjaman, namun ketika plafon pinjaman di atas Rp. 1.500.000,00, rentenir yang berkedok KSP ini biasanya meminta jaminan berupa KTP asli mitranya. Bunga yang diberikan biasanya sebesar 20% hingga 30%, padahal lembaga koperasi yang berbadan hukum tidak membebani anggotanya dengan memberikan bunga yang tinggi, biasanya bunga yang diberikan maksimal sebesar 3% dan melalui persetujuan atau kesepakatan anggota.

Hal ini dipertegas oleh pernyataan Bapak Dadan selaku manajer BMT Al-Kahfi Jombang mengenai bunga koperasi yang berbadan hukum: “...Biasanya koperasi-koperasi yang berbadan hukum yang benar-benar menjalankan usaha sesuai peraturan tidak akan membebani anggotanya dengan pemberian bunga pinjaman yang tinggi, maksimal koperasi itu memberikan bunga 3% gak lebih dari itu mbak” (Wawancara Pribadi).

b. Swasta (Mengelola sendiri dengan meminjamkan uang pribadi)

Selain rentenir yang berkedok KSP, ada juga rentenir yang menjalankan usahanya dengan menggunakan uang pribadinya, biasanya hal ini dilakukan secara perorangan tanpa mengatasnamakan koperasi. Mereka menjalankan dan mengelola usahanya sendiri dengan mendatangi secara

langsung dan berbaur dengan para pedagang, sehingga mereka sangat akrab dengan para pedagang di pasar Legi Jombang. Bunga yang diberikan tidak berbeda dengan rentenir berkedok KSP yaitu 20% hingga 30%, selain itu persyaratan yang diberikan juga mudah, pedagang tidak perlu memberikan jaminan kepada rentenir dan pencairan dapat dilakukan ketika melakukan pengajuan pinjaman.

## 2. Dampak negatif praktik rentenir pada masyarakat disekitar BMT Al-Kahfi Jombang

Menurut Ayogi dan Kurnia (2015:2), praktik rentenir dilarang oleh agama Islam karena mengandung unsur riba dan unsur kezaliman di dalamnya yang muncul akibat adanya utang piutang dengan pemberian bunga yang tinggi (berlipat ganda), sehingga hal tersebut akan berujung pemerasan dan dapat menimbulkan kesulitan serta kerusakan bagi masyarakat khususnya bagi masyarakat yang memiliki perekonomian lemah.

Pernyataan diatas dibuktikan dengan adanya dampak negatif yang ditimbulkan dari praktik rentenir khususnya bagi pedagang kecil. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara kepada 15 pedagang di pasar Legi Jombang, beberapa dampak negatif yang ditimbulkan dari praktik rentenir bagi masyarakat khususnya para pedagang kecil adalah sebagai berikut : (a) Menyebarkan praktik riba dikalangan masyarakat, (b) Menambah beban perekonomian masyarakat. (c) Menghambat pertumbuhan perekonomian masyarakat khususnya para pedagang kecil.

## 3. Implementasi strategi BMT Al-Kahfi Jombang dalam mengurangi dampak negatif praktik rentenir

Pendapat Hamali (2016:186) mengenai strategi adalah alur yang berupa tindakan-tindakan untuk mencapai suatu misi, sasaran, dan tujuan perusahaan ataupun instansi. Dalam hal ini, BMT Al-Kahfi Jombang untuk menarik minat masyarakat agar melakukan pembiayaan perlu merumuskan beberapa strategi yang akan dilaksanakan, mengingat strategi merupakan hal yang penting untuk mencapai tujuan BMT.

Beberapa strategi yang digunakan dan dilakukan oleh BMT Al-Kahfi Jombang dalam mengurangi dampak negatif praktik Rentenir adalah melakukan sosialisasi, produk yang beragam atau bervariasi, menerapkan layanan dengan sistem jempot bola, margin yang lebih rendah daripada bunga rentenir, mempermudah pembayaran cicilan/angsuran nasabah agar tidak menjadi beban melalui potongan tabungan, dan adanya potongan jumlah cicilan jika nasabah melunasi kewajiban pembayaran sebelum jatuh tempo.

Langkah pertama yang dilakukan BMT Al-Kahfi Jombang adalah melakukan sosialisasi kepada masyarakat khususnya para pedagang dan pembeli di pasar Legi Jombang. Sosialisasi ini dilakukan oleh BMT untuk memberikan informasi-informasi terkait BMT agar masyarakat mengetahui dan lebih mengenal segala hal terkait BMT termasuk produk-produk dan kemudahan-kemudahan yang ditawarkan, selain itu melalui kegiatan sosialisasi, BMT Al-Kahfi Jombang meminta doa restu agar kehadirannya dapat diterima dengan baik dan dapat membawa manfaat.

Sebelum melakukan kegiatan sosialisasi, manajer BMT Al-Kahfi Jombang terlebih dahulu melakukan kegiatan segmentasi pasar untuk menentukan sasaran pasar. Hal ini sesuai dengan pernyataan Assauri (2007) mengenai segmentasi pasar sebagai suatu proses atau strategi membagi pasar dalam kelompok atau bagian tertentu dan mempelajari bagian-bagian tertentu untuk dijadikan pasar sasaran. Pernyataan tersebut ditegaskan juga oleh Bapak Dadan selaku Manajer BMT Al-Kahfi Jombang: "...Biasanya sebelum terjun ke lapangan (pasar) untuk sosialisasi, saya terlebih dahulu melakukan pengelompokan pasar atau yang biasa dikenal segmentasi pasar untuk menentukan pasar yang akan menjadi sasaran kami agar produk yang kami tawarkan dapat diterima dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat" (Wawancara Pribadi).

Kegiatan sosialisasi ini dilakukan sekali dalam dua bulan di antaranya dengan membagikan brosur dan ketika ada acara (*event*) tertentu seperti promo deposito ketika menjelang Hari Raya Idul Fitri dengan pemberian hadiah-hadiah yang menarik seperti kulkas, TV dan lain sebagainya. Selama

melakukan kegiatan sosialisasi, seluruh staff BMT Al-Kahfi Jombang terjun langsung ke tempat yang telah ditentukan seperti pasar khususnya pasar Legi Jombang, karena target sasaran BMT Al-Kahfi Jombang adalah para pedagang di pasar.

Perusahaan harus berusaha untuk mempengaruhi para konsumennya dengan melakukan kegiatan promosi karena sebesar apapun manfaat dari suatu produk jika tidak dikenal oleh para konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya bahkan mungkin tidak dibeli oleh para konsumen (Assauri, 2007:264-265). Hal ini sesuai dengan sosialisasi yang dilakukan oleh BMT Al-Kahfi Jombang sebagai sarana untuk melakukan kegiatan promosi terkait produk-produk yang ditawarkan oleh BMT Al-Kahfi Jombang, baik produk simpanan maupun produk pembiayaan yang dapat digunakan oleh masyarakat yang membutuhkan modal usaha (produktif) atau untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (konsumtif).

Sesuai dengan pendapat Assauri (2007:199-201), Tujuan dari strategi produk adalah untuk mencapai sasaran pasar yang dituju melalui peningkatan kemampuan bersaing dan mengatasi persaingan serta diharapkan dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen ketika menggunakan produk tersebut. Oleh karena itu, BMT Al-Kahfi Jombang menawarkan produk yang beragam kepada masyarakat, sehingga masyarakat dapat memilih produk yang akan digunakan berdasarkan keinginan atau kebutuhannya. BMT Al-Kahfi Jombang tidak hanya memiliki dan menawarkan produk pembiayaan, akan tetapi juga menawarkan beberapa produk simpanan yaitu simpanan umum, simpanan pendidikan, simpanan Idul Adha, simpanan Idul Fitri, simpanan pariwisata, deposito dan simpanan beku.

Menurut Andini (2018:23), Pelayanan merupakan kunci dari sebuah keberhasilan dalam berbagai macam jenis usaha, terutama perusahaan jasa, yakni dengan memberikan layanan yang berkualitas guna memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh sebab itu, BMT Al-Kahfi Jombang menggunakan layanan sistem jemput bola untuk meningkatkan pelayanan dan memberi kemudahan

bagi nasabah maupun calon nasabah serta menarik minat masyarakat agar menjadi anggota di BMT Al-Kahfi Jombang.

Melalui layanan sistem jemput bola ini, BMT Al-Kahfi Jombang dapat mengembangkan dan mempererat tali silaturahmi kepada masyarakat. Selain itu, layanan ini juga diharapkan dapat mengurangi adanya praktik rentenir di kalangan masyarakat khususnya pedagang di pasar Legi Jombang, mengingat rentenir juga menggunakan strategi ini untuk menarik minat para mitranya.

Marketing BMT Al-Kahfi dalam menjalankan layanan ini berusaha membaur dan mengakrabkan diri dengan masyarakat khususnya pedagang di pasar Legi Jombang karena kepercayaan masyarakat akan tumbuh dengan mengenal karakter dari seseorang, hal ini yang sedang BMT Al-Kahfi Jombang lakukan dalam menjalankan layanan dengan sistem jemput bola ini. Pernyataan tersebut ditegaskan oleh Mbak Riris selaku Marketing BMT Al-Kahfi Jombang:

“...Dalam menjalankan strategi jemput bola ini, saya dan teman-teman lainnya harus selalu berbaur dan mengakrabkan diri dengan nasabah khususnya para pedagang karena dengan begitu mereka akan mengenal karakter kita dan akan menumbuhkan kepercayaan nasabah kepada kita. Selain itu harus selalu bersikap baik, tersenyum, menyapa dan ramah kepada para pedagang tanpa membeda-bedakannya karena mereka suka dan hal tersebut menjadi nilai *plus* bagi kami” (Wawancara Pribadi).

Menurut Assauri (2007:223-224), peranan penetapan harga menjadi sangat penting terutama ketika keadaan persaingan semakin tajam dan keadaan permintaan terbatas. Penetapan harga sangat mempengaruhi kemampuan bersaing dan kemampuan perusahaan dalam mempengaruhi konsumennya. Oleh karena itu, BMT Al-Kahfi Jombang menawarkan margin yang lebih rendah dibanding dengan bunga yang diberikan atau disyaratkan oleh pihak rentenir kepada pada nasabah/mitranya, biasanya BMT Al-Kahfi Jombang menawarkan margin sebesar 3% perbulan untuk plafon di bawah Rp. 1.000.000,00 dan 2,5% perbulan untuk plafon di atas Rp. 1.000.000,00.

Penentuan jangka waktu dan margin dalam transaksi pembiayaan dapat ditawarkan (negoisasi) kembali oleh nasabah kepada pihak BMT Al-Kahfi Jombang. Berbeda ketika melakukan peminjaman uang pada pihak rentenir, bunga yang disyaratkan lebih tinggi jika dibanding dengan margin yang ditawarkan oleh BMT Al-Kahfi Jombang yaitu 10% hingga 30% dan bunga tersebut tidak dapat ditawarkan (negoisasi) kembali.

Sebagai lembaga keuangan mikro yang ditujukan kepada masyarakat kecil menengah, BMT Al-Kahfi Jombang selalu berusaha untuk membantu dan melayani dengan baik masyarakat khususnya nasabah yang memiliki perekonomian lemah, terutama ketika memiliki masalah permodalan. Selain itu, pihak BMT juga memberikan kemudahan dalam angsuran pembiayaan karena setiap nasabah memiliki perekonomian yang berbeda-beda. Jika nasabah BMT merasa keberatan diakhir bulan harus membayar penuh angsurannya, maka BMT memberikan kemudahan dalam pembayaran dengan cara menyarankan nasabah menyisihkan uangnya setiap hari sesuai kemampuan mereka yang akan disimpan dalam tabungan dan setelah jadwal angsuran yang telah ditentukan tiba, maka pihak BMT akan langsung memotong saldo tabungan tanpa harus memberitahu nasabah yang memiliki angsuran karena ketika akad telah ada perjanjian dan kesepakatan antara pihak BMT Al-Kahfi Jombang dengan nasabah.

Pernyataan tersebut ditegaskan oleh pendapat Ekaningsih (2016:52) yang menyatakan bahwa BMT merupakan lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah, sekaligus lembaga keuangan yang dapat dijadikan alternatif dalam memperbaiki kondisi perekonomian masyarakat kecil menengah melalui pembiayaan modal kerja.

Hadiah (*reward*) menurut Karunia (2014:20) merupakan bagian dari strategi pemasaran yang biasa dilakukan oleh suatu perusahaan (instansi) atau perbankan untuk memelihara hubungan antara pihak perusahaan (instansi) dengan konsumen/nasabah agar para konsumen/nasabah tidak beralih ke perusahaan (instansi) atau bank lain.

Sebagai bentuk apresiasi dan untuk menjaga hubungan baik dengan para nasabah, BMT Al-Kahfi Jombang memberikan hadiah (*reward*) berupa potongan jumlah cicilan (2x margin) jika nasabah/anggotanya melunasi kewajiban pembayaran sebelum jatuh tempo. Contohnya, nasabah A meminjam atau melakukan pembiayaan sebesar Rp. 1.000.000,00 dengan margin sebesar 3% setiap bulan dengan jangka waktu 10 bulan atau 10x cicilan, maka nasabah harus membayar angsuran setiap bulan sebesar Rp. 130.000,00 yang terdiri dari angsuran uang pokok Rp. 100.000,00 dan bagi hasil Rp. 30.000,00. Jika nasabah melakukan pelunasan (*take over*) pada angsuran ke 6 maka nasabah/anggota hanya perlu membayar Rp. 590.000,00 karena telah mendapat hadiah (*reward*) berupa potongan 2x margin yaitu Rp. 60.000,00.

Tabel 1.2 Pemberian *Reward*

NO	BMT AL-KAHFI JOMBANG			
	Pokok	Margin	Jumlah	Total
				1.300.000
1	100.000	30.000	130.000	1.170.000
2	100.000	30.000	130.000	1.040.000
3	100.000	30.000	130.000	910.000
4	100.000	30.000	130.000	780.000
5	100.000	30.000	130.000	650.000
6	Di lunasi		590.000	60.000 ( <i>reward</i> )

Sumber: Hasil Wawancara

Kehadiran BMT Al-Kahfi Jombang dengan kemudahan-kemudahan yang ditawarkan sebenarnya dapat menjadi solusi dan membantu masyarakat khususnya pedagang pasar Legi Jombang agar dapat terlepas dari praktik rentenir.

Sesuai dengan hasil wawancara kepada 10 pedagang di pasar Legi Jombang, terdapat tujuh pedagang yang sudah beralih kepada BMT Al-Kahfi Jombang dan tiga pedagang yang tetap melakukan pinjaman kepada rentenir. Melalui sampel penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Implementasi strategi yang dilakukan oleh BMT Al-Kahfi Jombang dalam upaya mengurangi dampak negatif praktik rentenir bisa dikatakan mengalami peningkatan keberhasilan dalam mewujudkan perannya sebagai lembaga yang mampu

melepas ketergantungan masyarakat kepada pihak rentenir yang menyebarkan praktik ribawi (Rozalinda, 2013:517).

### **Penutup**

Berdasarkan hasil penelitian, praktik rentenir di pasar Legi Jombang dibedakan menjadi dua macam yaitu rentenir yang berkedok KSP dan swasta. Beberapa dampak negatif yang ditimbulkan dari adanya praktik rentenir bagi masyarakat khususnya pedagang kecil di pasar Legi Jombang di antaranya adalah menyebarkan praktik riba, menambah beban perekonomian, dan menghambat pertumbuhan perekonomian masyarakat khususnya pedagang kecil, sedangkan implementasi strategi yang diterapkan oleh BMT Al-Kahfi Jombang dalam upaya mengurangi dampak negatif praktik rentenir lebih mengarah pada strategi pemasaran seperti sosialisasi, produk yang beragam, layanan jemput bola, margin yang lebih rendah daripada bunga rentenir, mempermudah pembayaran cicilan/angsuran nasabah agar tidak menjadi beban melalui potongan tabungan, dan potongan jumlah cicilan jika nasabah melunasi kewajiban pembayaran sebelum jatuh tempo.

### **Daftar Pustaka**

- Andini, Umi Masta. 2018. *Pengaruh Biaya Administrasi, Bonus Lebaran, dan Layanan Jemput Bola terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Si Fitri pada BMT Harapan Ummat Sidoarjo*. Skripsi diterbitkan. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ayogi, Visita Dwi dan Kurnia, Tuti. 2015. *Optimalisasi Peran BMT dalam Upaya Penghapusan Praktik Renenir*. Jurnal Syarikah. Vol 1 (1): hal 1-16.
- Budiarto, Samsul. 2013. *Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Pendekatan Mark Plus dan Co Di Kandatel Jakarta*. Jurnal INDEPT. Vol 3 (1): hal 13-24.
- Huda, Nurul dan Heykal, Muhamad. 2010. *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Iskandar. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Press (GP Press).



- Karunia, Akhla. 2014. *Analisis Pemberian Hadiah dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ngagel Surabaya*. Skripsi diterbitkan. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Nugroho, Heru. 2001. *Uang, Rentenir, dan Hutang Piutang di Jawa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nurjaman, Jajang. 2010. *Peranan Baitul Maal Wattamwil dalam Mengatasi Dampak Negatif Praktek Rentenir (Studi Pada BMT Al Fath IKMI Ciputat)*. Skripsi diterbitkan. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Parlina, Yeyen. 2017. "Praktik Pinjaman Rentenir dan Perkembangan Usaha Pedagang di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka". *Jurnal Inklusif*. Vol 2 (4): hal. 100-119.
- Ridwan, Ahmad Hasan. 2013. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rozalinda. 2013. *Peran Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Taqwa Muhammadiyah dalam Membebaskan Masyarakat dari Rentenir Di Kota Padang*. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*. Vol. 7 (2): hal 513-531.