

KONSEP SOUL SHARE PADA PEMASARAN SYARIAH BAITUL MAAL WAT TAMWIL (BMT) DI BANTEN

Mulyadi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Tangerang
E-mail: moeljadi72@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine and analyze in depth the concept of soul share the marketing of Shariah BMT in Banten. The method used is descriptive qualitative with phenomenological approach. Phenomenological study tries to explain or reveal the meaning of a concept or phenomenon based on the experience of consciousness that occurs in some individuals. The samples were consist of 6 BMT in the province of Banten, namely: BMT Great Mosque of Serang, Pandeglang BMT BMT Darul Falah EL-STIEM Kota Tangerang. BMT Al-Qoryah Anyer Serang regency, BMT Bina Tijarah Cilegon and BMT La-Syakka Lebak. The analysis technique used is to use interactive model. In the analysis model, there are three (3) components of the analysis, namely: data reduction, data display and conclusion. The results of this study revealed that the concept of soul share in marketing of Shariah BMT in Banten is: Honesty as a capital BMT in getting the trust of the public, and transparency. With customers increasingly believe in the sincerity of BMT, BMT at the boarding school does not have a human resources professional, because its organizer doubles as a cleric and lectures, while at BMT has been a professional market. BMT friendship is a strategy to mantain customers satisfaction and keep in touch with customers.

Kata Kunci: jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi.

PENDAHULUAN

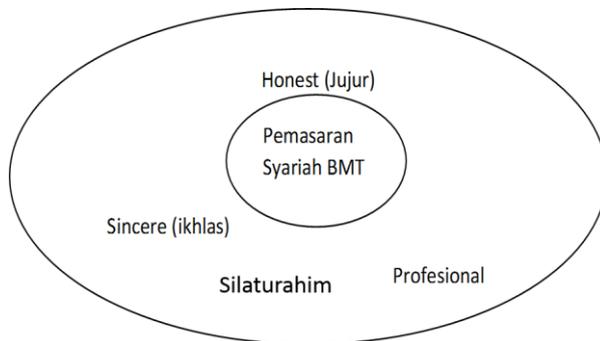
Fenomena kelahiran *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) di Indonesia sudah digagas oleh Ikatan cendekiawan Muslim se-Indonesia sejak tahun 1995, dengan dibentuknya Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK). BMT dalam pemikiran Aziz (2008) merupakan lembaga usaha ekonomi kerakyatan yang dapat dan mampu melayani nasabah usaha kecil-mikro berdasarkan sistim bagi hasil dan jual beli dengan memanfaatkan potensi jaminan dalam lingkungan sendiri.

Dalam sejumlah penelitian tentang BMT seperti dikemukakan Aziz (2008), keberhasilan

pemasaran syariah di BMT, proses perkembangannya ada beberapa BMT terbaik di Jawa Tengah seperti BMT Ben Taqwa Grobogan Purwodadi, BMT Bintaro Madani Demak, BMT Tumang Cipego Boyolali dan BMT Pekajangan Klaten. Terbukti bahwa BMT dapat menancapkan eksistensinya karena mampu menjaga kepercayaan masyarakat.

Penelitian Adiwarmanto (2000) menemukan bahwa masalah ke-BMT-an tidak semata-mata masalah syariah yang tidak dimengerti oleh pengurus dan pengelola BMT, tetapi pengurus dan pengelola BMT juga tidak mengerti tentang konsep syari'ah dan mengelola bisnisnya juga tidak dimengerti, pemahaman tentang produk,

akad dan teknis operasionalisasinya sehingga tidak aneh jika ada BMT yang mengalami kesulitan-kesulitan di lapangan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual *Soul Share* BMT

Berkaitan dengan konsep pemasaran syariah, Hasan, *et al.*, (2008) mengemukakan, sebuah prinsip dengan memberikan pelayanan secara maksimal berdasarkan nilai dan keadilan untuk kesejahteraan masyarakat luas, bertujuan untuk mencapai sebuah solusi yang adil dan transparan bagi semua pihak yang terlibat. Prinsip pemasaran syariah menawarkan cara untuk menciptakan nilai dan meninggikan taraf hidup masyarakat melalui kegiatan bisnis. Menurut Damirchi (2010), pemasaran syariah terkait langsung dengan kepuasan pelanggan dan komitmen. Bahkan dalam bisnis harus mendapatkan manfaat, memberikan pemahaman bisnis syariah kepada pelanggan tentang produk dan layanan. Menurut Saeed *et al.*, (2001) produk keuangan Islam modern dan layanan yang dikembangkan menggunakan dua pendekatan yang berbeda.

Pendekatan pertama adalah dengan mengidentifikasi produk konvensional dan pelayanan yang ada dan diterima secara hukum Islam, dan memodifikasi serta menghapus elemen apapun yang dilarang sehingga produk layanan keuangannya mampu memenuhi prinsip-prinsip syariah. Menurut Abdullah dan Keon (2012), prinsip-prinsip syariah yaitu: (1). keyakinan pada tuntutan Ilahi; (2) tidak ada bunga; (3) tidak ada investasi haram; (4) berbagi risiko; (5) pembiayaan didasarkan pada aset riil. Pendekatan kedua melibatkan

penerapan prinsip-prinsip syariah untuk memberikan berbagai fasilitas, inovasi produk dan layanan baru. Prinsip ini menawarkan cara untuk menciptakan nilai dan meningkatkan standar hidup orang pada umumnya melalui kegiatan komersial.

Dalam Penelitian pendahuluan di Banten menunjukkan bahwa *pertama*, pengurus dan pengelola (manajer dan karyawan) di BMT belum memahami tentang syariah, sebab-sebab penyimpangan yang terjadi pada pembiayaan produk, dan *price* (harga), terlihat pada produk-produk BMT dan penentuan harga yang belum dipahami oleh pengurus, pengelola dan nasabah, sesuai dengan konsep syariah. *Kedua*, BMT mempersiapkan SDM seadanya, tidak terlihat perencanaan SDM yang strategis untuk meningkatkan kualitas pelayanan bagi nasabah. Pengelola (manajer dan karyawan) BMT tidak dilatih secara khusus untuk menambah pengetahuannya dalam kajian-kajian ekonomi syariah (Muljadi, 2012).

Penulis akan mengangkat tentang konsep *soul share* (*generous*) salah satu strategi yang dilakukan melalui sikap murah hati dengan tujuan agar pelanggan setia dan loyal kepada lembaga (Sulla & Kartajaya, 2006). BMT adalah lembaga keuangan syariah yang membutuhkan *honesty* (jujur), profesional, *sincere* (ikhlas) dan *silaturahmi* (*network*) dalam melayani nasabah, maka konsep *soul share* sangat dibutuhkan. Dalam menjalankan aktivitasnya, sistem pengelolaan BMT dilakukan dengan pola yang digunakan dengan memberikan modal, perhitungan untung rugi (bisnis) dan bantuan modal tanpa keuntungan (sosial), dengan landasan hukum Islam (syariah). BMT sebenarnya mempunyai keunggulan dengan konsep yang bersumber dari agama Islam sebagai agama mayoritas di Indonesia, namun hal ini perlu dikritisi bahwa apakah pengaruh agama mampu menjamin dan memberikan solusi yang meyakinkan terhadap perkembangan BMT (Antonio, 2010).

Berdasarkan uraian tersebut, alasan-alasan yang dikemukakan dalam penelitian tentang Konsep *shoul share* pemasaran syariah BMT:

1. Belum ditemukan penelitian tentang konsep *soul share* pemasaran syariah di BMT. Hasil penelitian terdahulu lebih pada penelitian perbankan syariah (Naser, *et al.*, 1999), (Haron, *et al.*, 2005), Hassan, *et al.*, (2008).
2. Sebagian besar penelitian tentang BMT di Indonesia lebih menekankan pada pembiayaan, kelembagaan BMT, kepatuhan syariah, sedangkan penelitian *shoul share* di BMT belum fokus untuk dikaji.

TUJUAN PENELITIAN

Fokus penelitian yang akan dikaji yaitu pada 6 BMT yang ada di provinsi Banten, BMT Masjid Agung Kota Serang, BMT Darul Falah Pandeglang BMT EL-STIEM Kota Tangerang. BMT Al-Qoryah Anyer Kabupaten Serang, BMT Bina Tijaroh Kota Cilegon, dan BMT La-Syakka Kabupaten Lebak. Untuk mempertahankan keberadaan BMT perlu strategi *soul share* dalam pemasaran pemasaran syariah, maka tujuan penelitian adalah mengkaji konsep *soul share* pemasaran syariah pada BMT di Provinsi Banten.

METODE

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif dengan perspektif fenomenologi sebagai alat analisis. Penelitian fenomenologi mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu. Penelitian ini dilakukan dalam situasi yang alami, sehingga tidak ada batasan dalam memaknai atau memahami fenomena yang dikaji (Creswell, 1998).

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah 6 (enam) daerah di Provinsi Banten yaitu Kota Serang, Kota Tangerang, Kota

Cilegon, Kabupaten Serang, Kabupaten Pandeglang dan Kabupaten Lebak.

Metode pengumpulan data akan dilakukan dengan menghubungi obyek langsung penelitian yaitu pengurus, pengelola dan nasabah BMT yang sesuai dengan masalah dan tujuan yang akan dicapai. Dalam penelitian ini jenis data primer di peroleh dari lapangan yang dilakukan dengan menggunakan wawancara mendalam observasi, triangulasi. Menurut Moleong (2006), triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sumber data yang lain, di luar data tersebut untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Teknik yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.

Jenis data sekunder Jenis data sekunder yaitu data yang telah dikelompokkan dan di susun oleh pihak lain dalam hal ini lembaga terkait yang digunakan sebagai data pendukung penelitian, seperti dokumentasi. Dokumentasi adalah cara pengumpulan informasi yang didapatkan dari dokumen, yakni peninggalan tertulis, arsip-arsip, akta, ijazah, rapor, peraturan perundang-undangan, buku harian, surat-surat pribadi, catatan biografi, dan lain-lain yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang diteliti (Fatchan, 2011).

Teknik analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan model interaktif. Dalam model analisis ini terdapat 3 (tiga) komponen analisis, yaitu: reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 1984).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Shoul share merupakan bagaimana BMT melakukan tugas melayani nasabahnya dengan *Generous* (bermurah hati). Maka dalam mengimplementasikannya dibagi dalam empat (4) dimensi yaitu: *honesty* (kejujuran), *sincere* (ikhlas), profesional dan *good will relationship* (silaturahmi).

1. *Honesty* (Kejujuran)

Melaksanakan tugas melayani nasabah merupakan kegiatan rutin yang harus dilakukan oleh pengelola BMT. Untuk memberikan rasa nyaman bagi nasabah BMT seorang manajer BMT perlu mengecek staf karyawannya laporan yang disampaikan apakah sesuai dengan fakta dan fenomena yang diberitakan. Dalam melayani transaksi akad pembiayaan terkadang BMT harus memberikan pengertian dulu dengan sabar. "Karyawan BMT memang harus jujur, walaupun diakui ada beberapa karyawan BMT yang diberhentikan karena ketidakjujurannya. Makanya mencari karyawan yang jujur itu sulit, lihatlah sekarang, karyawan BMT Al-Qoryah hanya 2 orang, manajerpun dirangkap ketua pengurus." (Sumarni, pengelola BMT Al-Qoryah).

Jujur merupakan modal utama dalam mengelola BMT, sebab hanya dengan kejujuran BMT dapat bersaing dengan lembaga keuangan mikro yang lain, dan nasabah akan setia pada BMT. Bukti bahwa BMT tetap eksis melayani pengusaha mikro, karena modal kejujuran masih ada disetiap pengelola BMT. Kejujuran merupakan tugas utama pengelola BMT, untuk mendapatkan nasabah yang setia dalam rangka mendapatkan keuntungan yang halal. Akan terlihat apabila karyawan yang tidak jujur berada di BMT, biasanya tidak akan kuat bekerja di BMT, karena kejujuran merupakan aktivitas yang ada di BMT, transaksi akad pembiayaan, penagihan cicilan dibutuhkan nilai-nilai kejujuran. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat At-Taubah (9: 119): "hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang jujur".

Untuk melaksanakan dalam kegiatan bisnis khususnya di BMT Nabi Muhammad SAW bersabda: "kalian harus jujur karena jujur akan menunjukkan (jalan) ke surga. Dan seseorang yang senantiasa jujur dan memang ia bermaksud jujur, sehingga ia dituliskan di sisi Allah sebagai orang yang sangat jujur (shiddiq)" (HR Al-Bukhari, Muslim, Ahmad, dan Al-Tirmidzi).

Dalam sesi wawancara dinyatakan: "setiap kegiatan transaksi pembiayaan di BMT sangat dibutuhkan kejujuran antara BMT dan nasabah. "Kejujuran dari awal sudah disampaikan BMT ke nasabah sebelum akad pembiayaan dilaksanakan, walaupun dalam pelaksanaannya ada juga nasabah yang *ngemplang*" (Hardi, Pengurus BMT STIEM Tangerang).

BMT dan anggota atau nasabah menjaga benar arti kejujuran dalam merealisasikan akad pembiayaan, salah satu syarat untuk mendapatkan pembiayaan dari BMT, maka pengelola BMT akan melihat sejauh mana kejujuran nasabahnya dalam berusaha. Nasabahnya juga menaruh perhatian yang sangat terhadap kejujuran para pengelola BMT, dan berharap BMT dapat memberikan yang terbaik bagi usaha-usaha nasabah. "BMT melakukan transaksi sangat terbuka dan tidak ada yang ditutupi tidak ada pengurangan uang sedikitpun" (Basuki, nasabah BMT EL-STIEM Tangerang).

2. *Sincere* (Ikhlas)

Ikhlas diartikan sebagai sebuah sikap yang didasari oleh ketulusan hati, dapat diartikan ikhlas merupakan perbuatan yang tidak membutuhkan balas budi. Ikhlas dilakukan hanya untuk kepentingan beribadah kepada Allah SWT. Dalam melakukan transaksi dengan nasabah, keterbukaan, transparan merupakan sistem yang dilakukan di BMT. Tidak ada yang ditutupi. Sikap yang didasari oleh ketulusan hati, perbuatan yang tidak membutuhkan balas budi merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh pengurus, pengelola BMT. Kewajiban ini dilakukan hanya untuk kepentingan beribadah kepada Allah SWT.

Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Araaf (7: 29): "Katakanlah "Tuhanku menyuruh menjalankan keadilan". Dan (katakanlah): "Luruskanlah muka (diri)mu di setiap sembahyang dan sembahlah Allah dengan mengikhlasakan ketaatanmu kepadaNya, sebagaimana Dia telah menciptakan kamu pada permulaan (demikian pulalah kamu akan kembali kepadaNya)".

Dalam sesi wawancara, "keikhlasan penting bagi setiap pengelola, sebab tanpa keikhlasan banyak karyawan BMT yang keluar, bagi saya bekerja di BMT diniatkan beribadah pada Allah, dan saya yakin selama ini rizki dari Allah cukup, walaupun gaji di BMT masih dibilang kecil"(Sumarni, pengelola BMT *Al-Qoryah*).

Pemahaman keikhlasan bagi pengelola BMT dibuktikan dengan melaksanakan tugas di BMT dengan baik. Tidak terganggu dengan pekerjaan lain, secara kasat mata para pengelola BMT terlihat bekerja dengan tanpa mengeluh, melaksanakan pekerjaan dengan senyuman, karena melayani dengan senyum, bersahabat, berbicara sopan merupakan kewajiban bagi para pengelola BMT. " Dalam melakukan tugas saya melihat BMT lebih merakyat dan dirasakan oleh orang-orang kecil" (Sugiyatno, nasabah BMT *Bina Tijarah*).

Kelebihan BMT dari lembaga keuangan mikro yang lain sudah jelas, BMT tetap hadir di masyarakat mikro, tidak pernah terganggu untuk menipu, atau mengambil keuntungan untuk pribadi. Dengan keikhlasan masyarakat makin percaya pada kehadiran BMT untuk membantu mengentaskan kemiskinan dan memajukan usahanya. "Melakukan tugas BMT merupakan dakwah, walaupun secara riil dilapangan pengurus, pengelola banyak yang belum paham tentang syari'ah. Tetapi namanya dakwah tetap harus dilakukan secara ikhlas" (Agus, Pengurus BMT Masjid Agung).

3. Profesional

Dimensi yang ketiga dari *Shoul Share* adalah *Professional*. Profesional merupakan pemahaman bagi pengurus dan pengelola tentang keyakinan yang benar tentang pekerjaannya. Melakukan pekerjaan sesuai dengan tugas dan arahnya, begitupun dengan BMT. Bagi pengurus dan pengelola BMT dituntut untuk memahami apa yang seharusnya dilaksanakan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan pedoman struktur organisasi yang disepakatinya. BMT berkembang dengan melaksanakan

tugas utamanya yaitu memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Dalam sesi wawancara dinyatakan: "BMT di pondok pesantren itu kekurangan SDM, pengelolanya banyak merangkap, tidak hanya mengelola BMT, merangkap juga jadi pengajar dan ada yang kuliah lagi, saya juga khawatir kalau BMT masih seperti ini" (K.H Omi, Pengurus BMT *La-Syakka*).

BMT memang dituntut untuk melayani nasabah, tetapi lain dengan BMT yang berdomisili di pondok pesantren, pengelola masih rangkap jabatan, BMT *La-Sakka*, BMT *Darul Falah* manajer dan staf BMT merangkap menjadi ustadz, sehingga BMT di Pondok pesantren di Banten belum maksimal dalam pengembangannya. "Untuk saat ini BMT dalam memberikan pelayanan masih kurang, SDM nya masih terlihat belum memahami tentang tugasnya di BMT (Basuki, nasabah BMT *EL-STIEM* Tangerang).

Lain lagi dengan BMT yang di pasar atau BMT di Masjid, BMT *Bina Tijarah* dan BMT *Masjid Agung* sejak awal sudah berani untuk menyerahkan secara penuh pengelolaan BMT kepada manajer dan karyawannya, dengan gaji yang sesuai dengan pendapatan BMT. Kalau BMTnya maju dan baik, secara otomatis karyawannya naik gajinya.

Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Israa (17: 36): "dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggung jawaban".

Dalam melaksanakan tugasnya karyawan BMT juga dituntut untuk mempunyai pengetahuan, jangan sampai memaksakan diri dalam menyelesaikan pekerjaan tanpa menyeimbangkan dengan pengetahuan. Kaitan dengan melaksanakan tugas tersebut Rasulullah Muhammad SAW bersabda: "*Apabila urusan (manajemen) diserahkan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah ke-hancurannya.*" (HR. Al-Bukhari).

Dalam sesi wawancara dinyatakan: "BMT dalam melayani siapapun harus profesional, prosedur tetap harus dilalui baik itu anak pengurus ataupun saudaranya, tidak ada perbedaan, maka karyawan BMT secara penuh melayani nasabah sesuai dengan waktu kerjanya" (Haerudin, manager BMT *Bina Tijaroh*).

Bagi BMT melaksanakan tugas sesuai dengan prosedural merupakan pekerjaan yang harus dijalani. Tanggungjawab dan pembagian tugas dilakukan agar BMT tetap dapat bersaing dengan rentenir. Sebab melayani dengan cepat merupakan strategi BMT untuk mendapatkan nasabah yang potensial, jangan sampai kalah cepat dengan rentenir.

4. *Good Will Relationship* (Silaturahmi)

Dimensi yang ke empat yaitu *good will relationship* (silaturahmi). Silaturahmi merupakan strategi yang sangat ampuh bagi BMT di Banten. Ciri khas masyarakat Banten untuk mempererat silaturahmi yaitu dengan kegiatan pengajian, kunjungan ke rumah nasabah secara langsung dilakukan oleh bagian pembiayaan dalam rangka survey bagi nasabah pada dasarnya merupakan bentuk silaturahmi BMT. Kegiatan ini dilakukan untuk lebih mengenal BMT pada nasabah dan calon nasabah.

Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Hujarat (49: 10): "orang-orang beriman itu Sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damailah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat. Untuk menjaga hubungan baik antara nasabah atau anggota caranya yaitu dengan saling mengunjungi. Dalam sesi wawancara disebutkan bahwa "menjaga nasabah BMT sangat penting, pendekatan silaturahmi dilakukan BMT dengan memanggil atau mendatangi ke nasabah untuk diberikan pemahaman tentang akad-akad syariah" (Hardi, Ketua Pengurus EL-STIEM).

Dalam menjaga hubungan dan menjalin *networking* (jaringan kerja) diantara BMT dan pengusaha mikro, atau antargabungan pengusaha mikro dan BMT pengajian nasabah

merupakan hal yang strategis dilakukan BMT untuk memberikan tentang pemahaman dari nilai-nilai syaria'ah yang dilakukan BMT dalam memajukan dan memberdayakan pengusaha mikro di sekitar BMT.

"Dalam mendekati diri dengan nasabah BMT, sering melakukan silaturahmi dengan datang ke nasabah dan memberikan ucapan selamat bagi nasabah yang melahirkan, sifatnya lebih kepada kekeluargaan" (Sumarni, pengelola BMT *Al-Qoryah*). Rasulullah Muhammad SAW berabda: "barangsiapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, maka muliakanlah tamunya. Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, maka lakukanlah silaturahmi. Dan barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, maka berkatalah baik atau diam" (HR. Bukhari-Muslim). "BMT lebih merakyat, kedekatan batin dan kedekatan emosional itu yang dilakukan BMT dengan nasabahnya" (Sugiyatno, nasabah BMT *Bina Tijaroh*).

Formula untuk menjaga hubungan baik dengan sesama nasabah, pelaku usaha kecil dan mikro itulah silaturahmi. Silaturahmi merupakan strategi yang sangat ampuh bagi BMT untuk mendekati diri dengan nasabahnya dalam mendapatkan keuntungan. Silaturahmi akan berdampak kepada kepercayaan (*trust*) nasabah kepada BMT, kepercayaan ini merupakan modal yang sangat berharga bagi perkembangan BMT saat ini sampai saat yang akan datang. Kemajuan BMT akan terlihat, ketika anggota/calon nasabah sudah mempercayakan semua transaksinya kepada BMT.

Hasil dari wawancara dengan informan di atas, dalam konsep *soul share* ditemukan bahwa dalam melakukan transaksi dengan nasabah, keterbukaan, transparan merupakan sistem yang dilakukan di BMT, konsep ini merupakan modal BMT dalam mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Tidak ada yang ditutupi dan inilah yang disebut dengan *Siddiq* (*kejujuran*). *Siddiq* merupakan salah satu sifat Nabi Muhammad SAW, yang berarti jujur. Kejujuran merupakan salah satu syarat kerjasama. Kejujuran akan mengikis habis

kecurigaan dan permasalahan, sehingga kerjasama BMT dan nasabah akan berjalan dengan baik dalam jangka waktu yang panjang. Kemudian agar BMT berkembang dan dikenal masyarakat maka tugas yang paling utama adalah memberikan pelayanan yang terbaik. Tugas ini merupakan salah satu dakwah BMT untuk memberikan pemahaman tentang konsep keuangan syari'ah. Agar berjalan dengan baik maka tugas itu harus dilakukan dengan keikhlasan. Keikhlasan adalah salah satu hal yang bisa menyebabkan suatu amalan ibadah diterima Allah Ta'ala. Yang dimaksud dengan pengertian ikhlas adalah memurnikan ibadah atau amal shalih hanya untuk Allah dengan mengharap pahala dariNya semata.

Dalam melaksanakan tugas tersebut tanggungjawab dan pembagian tugas dilakukan agar BMT tetap dapat bersaing dengan rentenir. Sebab melayani dengan cepat merupakan strategi BMT untuk mendapatkan nasabah yang potensial, jangan sampai kalah cepat dengan rentenir. Di sanalah BMT dituntut untuk mempunyai jiwa Profesional (*amanah*). *Amanah* merupakan menjaga pesan dan titipan baik hak Allah maupun hak manusia yang harus dijaga karena Allah. Sifat amanah seharusnya menghiasasi setiap pengelola BMT. Formula untuk menjaga hubungan baik dengan sesama nasabah, pelaku usaha kecil dan mikro itulah *silaturahmi*. *Silaturahmi* merupakan strategi yang sangat ampuh bagi BMT untuk mendekatkan diri dengan nasabahnya dengan membuat jaringan (*net working*) dalam mendapatkan keuntungan.

KESIMPULAN

Dalam konsep *soul share* pemasaran BMT di Banten dapat di simpulkan:

1. Jujur
 - a. Dalam melakukan transaksi dengan nasabah, keterbukaan, transparan

merupakan sistem yang dilakukan di BMT

- b. Kejujuran merupakan modal BMT dalam mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Tidak ada yang ditutup-tutupi
2. Ikhlas
 - a. Bekerja secara ikhlas bagi pengelola BMT diniatkan untuk beribadah pada Allah.
 - b. Dengan keikhlasan nasabah semakin percaya pada BMT
 3. Professional
 - a. BMT di pondok pesantren belum mempunyai SDM yang profesional, karena pengelolanya merangkap sebagai ustad dan kuliah
 - b. BMT di pasar, di masjid sudah sesuai pengelolanya melaksanakan tugas sesuai dengan kebutuhan BMT.
 4. Silaturahmi
 - a. Silaturahmi merupakan strategi BMT untuk menjaga nasabah dan terus berhubungan dengan nasabah
 - b. Silaturahmi dapat membuat *networking* (jaringan kerja) antar pengusaha mikro dan BMT.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, D., & Keon. C., 2012. *Islamic finance: why it makes sense*, Marshall Cavendish, Singapore. S. Wahono (penterjemah) *Buku pintar keuangan syari'ah*. Cetakan 1. Zaman. Jakarta.

- Antonio, S., 2010. *Ensiklopedia Leadership & Manajemen Muhammad SAW "The Super Leader Super Manager"*, Tazkia Publishing, Jakarta.
- Aziz, M. 1998. *Pedoman Cara Pembentukan BMT*, PINBUK, Jakarta.
- Creswell, W., 1994. *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. SAGE Publications. USA.
- Damirchi, Q., 2003, *A Guideline to Islamic Marketing Mix*, Faculty Member of Islamic, Azad University - Parsabad Branch Barat Vazifeh Damirchi, Project manager of Pars Sitting Systems
- Fatchan., 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jenggala Pustaka Utama, Surabaya
- Hassan, A. *et al.*, 2008, *Islamic Marketing Ethics and Its Impact on Customer Satisfaction in the Islamic Banking Industry JKAU: Islamic Econ.*, Vol. 21 No. 1, pp: 27-46
- Moleong, L., 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Penerbit: PT Remaha Rosdakarya, Bandung.
- Milles, M.B. & Huberman, M.A. 1984. *Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publication