

EFEKTIVITAS RELATIONSHIP MARKETING DALAM MENYELESAIKAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH BERMASALAH DI BAITUL MAL WA TAMWIL FAJAR KOTA METRO

Mustika Putri Nuansyah
Universitas Muhammadiyah Lampung
mustikaputri0490@gmail.com

Abstract

Mudharabah financing is a financing product based on trust and cooperation, without trust, the mudharabah contract will not occur. The profit-sharing system uses a profit-sharing system. In relation to the business profits managed by these customers, in reality, sometimes they generate profits and sometimes they do not. If the business does not generate profits, the payment of profit sharing cannot be made, this causes the mudharabah financing to become stuck or problematic. To overcome this problematic mudharabah, BMT Fajar handled a relationship marketing strategy, a strategy to retain customers and also to resolve existing problems in an agreement with the aim of producing a win-win solution for both parties. Handling this problematic mudharabah problem with four components, namely communication, trust, commitment, and problem solving (rescheduling, reconditioning, restructuring, assistance management). The handling of problems is carried out in a familial way without taking legal action. The effectiveness of the application of relationship marketing on BMT Fajar for problematic mudharabah is considered good but not yet effective. Because a relationship marketing strategy in resolving problematic mudharabah financing should not take legal action and still prioritize a personal approach optimally.

Keywords: *Relationship Marketing, Mudharabah, Troubled*

Abstrak

Pembiayaan *mudhârabah* adalah produk pembiayaan yang berdasarkan kepercayaan dan kerjasama, tanpa adanya suatu kepercayaan maka akad *mudhârabah* tidak akan terjadi. Untuk sistem pembagian keuntungannya memakai sistem bagi hasil. Terkait dengan keuntungan usaha yang dikelola oleh nasabah ini dalam realitanya kadang menghasilkan keuntungan kadang juga tidak menghasilkan, apabila usaha tidak menghasilkan keuntungan maka pembayaran bagi hasil tidak dapat dilakukan, hal ini yang menyebabkan terjadinya pembiayaan *mudhârabah* menjadi macet atau bermasalah. Untuk mengatasi *mudhârabah* yang bermasalah ini BMT Fajar melakukan penanganan dengan strategi *relationship marketing*, suatu strategi untuk mempertahankan pelanggan dan juga penyelesaian masalah yang ada pada suatu perjanjian dengan tujuan menghasilkan keputusan *win-win solution* untuk kedua belah pihak. Penanganan masalah *mudhârabah* bermasalah ini dengan empat komponen yaitu komunikasi, kepercayaan, komitmen, dan penyelesaian masalah (*rescheduling, reconditioning, restructuring, manajemen asistansi*). Penanganan masalah dilakukan dengan cara kekeluargaan tanpa menempuh jalur hukum. Efektivitas dari penerapan *relationship marketing* pada BMT Fajar untuk *mudhârabah* yang bermasalah dinilai baik namun belum efektif. Karena suatu strategi *relationship marketing* dalam penyelesaian pembiayaan mudharabah bermasalah seharusnya tidak sampai menempuh jalur hukum dan tetap mengedepankan pendekatan personal secara optimal.

Kata Kunci : Relationship Marketing, Mudharabah, Bermasalah

1. PENDAHULUAN

Sistem perbankan di Indonesia saat ini terdapat *dual banking system*, yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Hal ini disebabkan oleh krisis keuangan global di penghujung tahun 2008, telah memberikan pelajaran dan hikmah yang berharga bagi pengambil kebijakan diberbagai negara bawasannya fakta membuktikan sistem perbankan konvensional yang selama ini telah diadopsi berabad-abad telah mengalami ketidakmampuan mengatasi krisis keuangan global. Kemudian sistem perbankan syariah hadir yang dipandang memiliki keunikan dan kekuatan karena secara filosofis diletakkan pada basis dasar nilai kemanusiaan, yakni pada keadilan dan kesejahteraan ekonomi, sistem perbankan syariah secara konseptual dan praktis memberikan hubungan yang jelas antara manusia sebagai sentral, sumber-sumber daya ekonomi, dan moralitas untuk mewujudkan tujuan utama yakni keadilan, keseimbangan, dan kemaslahatan bersama. Selama hampir kurang lebih dari dua dasawarsa sistem perbankan syariah hadir menjadi bagian dari *dual banking system* yang turut menopang sendi-sendi keuangan ekonomi nasional. Meskipun kontribusi perbankan syariah masih relatif kecil dalam sistem perbankan nasional, namun perbankan syariah terus memperlihatkan laju pertumbuhan yang akseleratif.

Akad *mu'âmalah* pada dasarnya dititik beratkan pada kesepakatan antara kedua belah pihak atau lebih yang ditandai dengan ijab dan qabul tidak dibenarkan akad *mu'âmalah* hanya menentukan hak-hak salah satu pihak, akad *mu'âmalah* harus merupakan akad antara dua pihak yang berjanji, tidak adanya unsur keterpaksaan dalam bentuk apapun termasuk ketidakberdayaan secara ekonomis dari salah satu pihak, dan tidak juga dibenarkan adanya penindasan secara ekonomis salah satu pihak terhadap pihak lain (Huda : 2011).

Di pulau Sumatera, tepatnya di Kota Metro terdapat lembaga keuangan syariah BMT yang bernama BMT Fajar, yang produk dan jasanya sama seperti pada bank syariah pada umumnya, yaitu menghimpun tabungan investasi dari masyarakat dan memberikan pembiayaan pada bisnis Bentuk akad *mu'âmalah* lembaga keuangan syariah dengan nasabah salah satunya adalah produk financial berbasis kerjasama, yaitu dengan *mudhârabah*. *Mudhârabah* merupakan produk pembiayaan yang dilakukan dengan mengambil bentuk akad kemitraan (*partnership*) berdasarkan kepercayaan (*trust*).

Di dalam *mudhârabah* atau usaha nasabah yang membutuhkan dengan berdasarkan akad *mu'âmalah*. terdapat dua belah pihak yang berjanji melakukan kerja sama dalam suatu ikatan kemitraan, pihak yang satu merupakan pihak yang menyediakan dana untuk diinvestasikan kedalam kerja sama kemitraan tersebut, yang disebut *shâhib al-mâl* sedangkan pihak yang lain menyediakan pikiran, tenaga, dan waktunya untuk mengelola usaha kerja sama tersebut, yang disebut dengan *mudhârib*.

Realita yang terjadi pada BMT Fajar akad *mudhârabah* yang sering digunakan adalah *mudhârabah al-muthlaqah*, hal ini terjadi karena pihak *mudhârib* telah lebih dahulu memiliki usaha yang berjalan sebelum bergabung dalam akad *mudhârabah* di BMT Fajar, sehingga usaha yang akan dibiayai oleh BMT Fajar selaku *shâhib al-mâl* berdasarkan pada keinginan *mudhârib*. Pihak BMT Fajar sebelum terjadinya akad kemitraan *mudhârabah* ini, BMT Fajar terlebih dahulu melakukan prosedur kredit atau manajemen kredit, karena *mudhârabah* ini merupakan akad kemitraan yang berbasis pada kepercayaan maka pihak *shâhib al-mâl* sebelum memberikan modal kepada *mudhârib* terlebih dahulu melakukan analisis kredit secara keseluruhan terhadap usaha *mudhârib* yang akan dibiayai, agar rasa saling percaya antara kedua belah pihak dapat terjalin. Pemberian modal pembiayaan pada akad *mudhârabah* sama halnya pada akad pembiayaan yang lain, dimana mengandung resiko kredit yang disebabkan adanya banyak kemungkinan.

Relationship marketing adalah suatu proses untuk menciptakan mempertahankan, dan meningkatkan hubungan-hubungan yang kuat dengan para pelanggan dan *stakeholder* lainnya, selain merancang strategi baru untuk menarik pelanggan baru dan menciptakan transaksi dengan mereka, perusahaan terus-menerus sedang berjuang untuk mempertahankan pelanggan yang ada dan membangun relasi jangka panjang yang mampu mendatangkan laba dengan mereka (David : 2019).

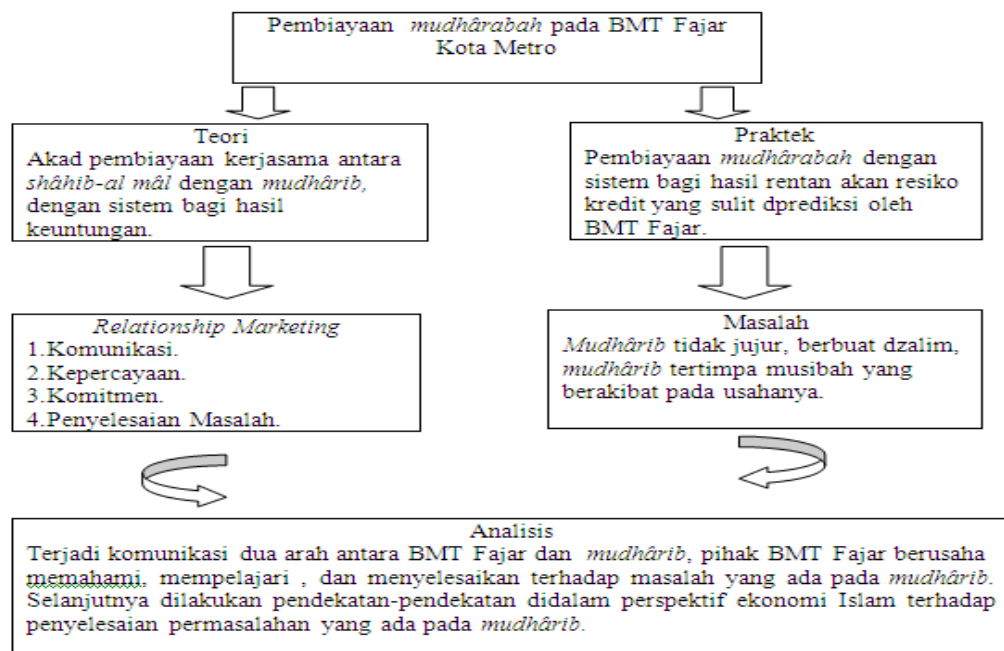
2. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian.

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong : 1993). Metode penelitian ini juga sering disebut dengan metode penelitian naturalistik, karena penelitiannya dilakukan dalam kondisi alamiah (*natural setting*)(Sugiono:2008). Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawannya eksperimen), dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive, teknik pengumpulan data dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan induktif yang merupakan prosedur yang berpangkal dari peristiwa khusus sebagai hasil pengamatan empirik dan berakhir pada suatu kesimpulan atau pengetahuan baru yang bersifat umum, dari pengamatan dilapangan dapat ditarik generalisasi dari suatu gejala.

Desain Penelitian



Sumber Data.

Metode pengumpulan data dalam penelitian merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya dan apa alat yang digunakan. Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah data yang didapat dari lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang menjadikan data lapangan sebagai data primer sebagai sumber data utama yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji ilmu pengetahuan. Selain menggunakan data lapangan sebagai data primer yang utama, penelitian ini juga menggunakan data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung oleh pengumpul data, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti sumber-sumber internet, buku-buku referensi, majalah, televisi dan lainnya. Adapun tiga teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut :

a. Observasi.

Cara pengamatan terhadap obyek penelitian dengan menggunakan seluruh alat indera (Arikunto). Pada penelitian ini observasi dilakukan di BMT Fajar Kota Metro dengan memperhatikan dan mengamati sistem penyelesaian masalah pembiayaan *mudhârabah* antara BMT Fajar dengan *mudhârib*.

b. Wawancara.

Wawancara pada penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur, artinya peneliti telah mengetahui apa informasi yang ingin digali dari responden sehingga daftar pertanyaannya sudah dibuat secara sistematis, peneliti juga dapat menggunakan tape recorder, handphone, kamera dan lain-lain. Pada penelitian peneliti memakai metode wawancara terstruktur yang pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber atau informan sudah disusun secara terencana.

c. Dokumenter.

Pada penelitian ini dokumenter dilakukan untuk mengetahui sejarah berdirinya BMT Fajar, visi dan misi BMT Fajar, dan lain sebagainya.

Teknik Analisis Data.

Teknik analisis data pada penelitian ini terdapat tiga tahapan, yaitu : reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses ini berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul.

a.Reduksi Data.

Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Reduksi tidak perlu diartikan sebagai kuantifikasi data.

b.Penyajian Data.

Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan dan bagan.

c.Penarikan Kesimpulan.

Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan. Dalam penelitian ini digunakan metode analisa data kualitatif, yang dimaksud dengan analisa data kualitatif adalah analisa non statistik, biasanya dilakukan dengan penafsiran-penafsiran dari data yang ada. Kemudian dilakukan penjelasan-penjelasan dari data yang diperoleh dari permasalahan, sehingga dengan analisa ini dapat diberikan penafsiran yang baik. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis yang bersifat deskriptif-analisis, dimanadalam penelitian ini terbatas untuk mengetahui tentang efektivitas *relationship marketing*

dalam menyelesaikan permasalahan pembiayaan *mudhârib* pada BMT Fajar Kota Metro.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Permasalahan Yang Dihadapi Nasabah Pembiayaan *Mudhârabah* di BMT Fajar Kota Metro.

Lembaga keuangan merupakan lembaga yang bertugas menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat guna memenuhi kebutuhan dana bagi pihak yang membutuhkan, baik untuk kegiatan produktif maupun konsumtif. Namun sepandai apapun analisis pembiayaan dalam menganalisis permohonan pembiayaan, kemungkinan pembiayaan tersebut macet pasti ada. Hal ini seperti yang terjadi pada BMT Fajar, yang juga merupakan lembaga keuangan, didalamnya terdapat permasalahan pembiayaan macet, dalam hal ini adalah pembiayaan *mudhârabah*. Dimana nasabah pembiayaan *mudhârabah* ini jumlahnya sangat sedikit dibandingkan dengan pembiayaan *murâbahah* dan produk-produk yang lainnya, hal ini dikarenakan resiko kredit yang dianggap masih besar terdapat pada pembiayaan *mudhârabah*. Jumlah nasabah pembiayaan *mudhârabah* di BMT Fajar terdapat tujuh belas orang nasabah, dan yang mengalami permasalahan terdapat tujuh orang nasabah. Pihak BMT Fajar mengaku sulitnya memprediksi resiko yang timbul dari usaha nasabah yang dibiayai pembiayaan *mudhârabah* ini (wawancara Manajer BMT).

Pada BMT Fajar faktor-faktor yang menyebabkan pembiayaan macet adalah faktor ketidaksengajaan dan kesengajaan yang disebabkan oleh *moral hazard* yang disebabkan oleh *asymmetric information* dari nasabah pembiayaan *mudhârabah*. *Asymmetric information* adalah perbedaan informasi yang didapatkan antara pihak *shâhib al-mâl* dengan , *mudhârib* dalam hal ini *mudhârib* lebih banyak mengetahui tentang keadaan usaha yang dijalannya yang seharusnya menuntut kejujuran dan amanah dalam memberikan tentang informasi usaha yang ia jalani (Sudarsono:2008).Maksud dari faktor ketidaksengajaan ini artinya nasabah ada kemauan untuk membayar namun tidak mampu, yang menyebabkan nasabah tidak mampu membayar adalah karena usaha yang dibiayai oleh nasabah atau diri nasabah itu mengalami musibah, seperti hasil yang akan dipanen terkena hama, mengalami penipuan, kecelakaan mengakibatkan tidak dapat menjalankan usahanya , penurunan keuntungan usaha akibat dari perpindahan tempat usaha yang berakibat pada daya beli masyarakat yang menurun, kehilangan relasi bisnis, mengalami sakit kambuhan. Sedangkan pembiayaan macet yang disebabkan oleh unsur kesengajaan adalah bahwa pihak *mudhârib* atau nasabah sebenarnya mampu untuk memenuhi kewajibannya, namun ia dengan sengaja melakukan kecurangan dengan memberikan informasi palsu terhadap *shâhib al-mâl* tentang keuntungan usahanya, dengan tujuan agar nisbah bagi hasil yang dibayarkan bisa lebih kecil atau bahkan tidak membayar sama sekali. Meski pihak BMT Fajar telah melakukan analisis terhadap permohonan pembiayaan *mudhârabah* yang diajukan oleh nasabah, namun faktor ketidaksengajaan yang disebabkan oleh musibah yang menimpa nasabah tersebut tidak dapat diprediksi dan disalahkan, karena hal tersebut merupakan suatu hal yang terjadi diluar kendali dari nasabah itu sendiri. Dan juga faktor kesengajaan tetap terjadi. Faktor penyebab terjadinya pembiayaan bermasalah, sebagai berikut :

Faktor Internal.

- a. Kurang baiknya pemahaman atas bisnis nasabah.
- b. Kurang dilakukannya evaluasi keuangan nasabah.
- c. Kesalahan setting fasilitas pembiayaan.
- d. Perhitungan modal kerja tidak didasarkan kepada bisnis usaha nasabah.
- e. Proyeksi penjualan terlalu optimis.

- f. Proyeksi penjualan tidak memperhitungkan kebiasaan bisnis dan kurang memperhitungkan aspek kompetitor.
- g. Aspek jaminan tidak diperhitungkan aspek marketable.
- h. Lemahnya supervisi dan monitoring.
- i. Terjadinya erosi mental kondisi ini dipengaruhi timbal balik antara nasabah dengan pejabat perbankan sehingga mengakibatkan proses pemberian pembiayaan tersebut tidak didasarkan pada praktek yang sehat.

Faktor Eksternal.

- a. Karakter nasabah tidak amanah (tidak jujur dalam memberikan informasi dan laporan tentang kegiatan usaha bisnisnya).
- b. Kemampuan pengelolaan modal oleh nasabah tidak memadai sehingga kalah dalam persaingan usaha.
- c. Usaha yang dijalankan relatif baru.
- d. Bidang usaha nasabah telah jenuh.
- e. Tidak mampu menanggulangi masalah atau kurang menguasai bisnis.
- f. Terjadinya bencana.

Analisis Efektivitas *Relationship Marketing* Terhadap Penyelesaian Pembiayaan *Mudhârabah* Yang Bermasalah di BMT Fajar Kota Metro.

Relationship marketing bertujuan untuk menciptakan hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan para pelanggan dan suatu strategi penanganan konflik yang terjadi didalam suatu kerjasama bisnis dengan mengaplikasikan komponen-komponen dari *relationship marketing* yang berupa komunikasi, kepercayaan, komitmen, penyelesaian masalah untuk mendapatkan suatu keputusan *win-win solution* bagi pihak-pihak yang terikat didalam kerjasama. Dengan tujuan dari strategi *relationship marketing* yang sudah jelas, maka dapat dilihat efektivitas penerapan *relationship marketing* ini pada suatu lembaga keuangan didalam menyelesaikan sengketa didalam kerjasama bisnisnya, apakah berfungsi dengan baik atau sebaliknya tidak menghasilkan suatu keputusan yang *win-win solution* untuk pihak yang bekerjasama seperti yang terdapat pada tujuan *relationship marketing* secara teorinya.

Pada BMT Fajar penerapan *relationship marketing* untuk penyelesaian pembiayaan *mudhârabah* yang bermasalah dengan mengaplikasikan semua komponen-komponen *relationship marketing*, yang terdiri dari komunikasi, kepercayaan, komitmen, dan penyelesaian masalah, hasilnya adalah sebagai berikut :

- a. Komunikasi.
Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan manajer divisi marketing BMT Fajar, bawasannya pada komponen komunikasi terdapat dua jenis komunikasi, yaitu komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal yang dilakukan oleh *Account Officer* BMT Fajar terhadap nasabah. Pada tahapan komunikasi non verbal *Account Officer* lebih dengan mudah untuk mendeteksi kecurangan dan lebih dapat menegaskan perihal kejujuran dari nasabah.
- b. Kepercayaan
Pada komponen kepercayaan yang merupakan landasan dasar dari pembiayaan *mudhârabah*, tanpa adanya kepercayaan maka tidak akan terjadi akad *mudhârabah*. Pemberian kepercayaan yang diberikan oleh BMT Fajar kepada nasabah merupakan suatu bentuk sikap untuk menumbuhkan rasa percaya diri terhadap diri nasabah bawasannya mereka pasti akan mampu memenuhi kewajibannya dan juga untuk menciptakan motivasi untuk nasabah tersebut terus berusaha. Rasa kepercayaan yang diberikan diharapkan dapat dijaga dengan baik oleh nasabah dan memberikan umpan balik kepada BMT

Fajar, karena pada dasarnya pihak BMT Fajar masih berkenan memberikan kesempatan dan tetap dapat berfikir positif kepada nasabah setelah pembiayaan *mudhârabah* pada nasabah mengalami permasalahan.

c. Komitmen

Langkah komitmen yang diambil oleh BMT Fajar dalam pembiayaan *mudhârabah* adalah dengan membuat suatu akad perjanjian yang didalamnya terdapat poin-poin aturan yang dibuat secara tertulis dan memiliki kekuatan hukum.

d. Penyelesaian

Penyelesaian masalah pembiayaan *mudhârabah* yang bermasalah di BMT Fajar ini bertujuan untuk tetap menjaga kestabilan dari manajemen pembiayaan. Proses penyelesaian pembiayaan bermasalah mengacu pada Fatwa DSN Nomor 48/2005, pihak BMT Fajar menjalankan proses penyelesaian pembiayaan bermasalah sebagai berikut :

- 1) Menganalisis ulang penyebab pembiayaan bermasalah.
- 2) Penentuan alternatif solusi.
- 3) Pelaksanaan penanganan atau penyelesaian.

e. Monitoring dan evaluasi.

Langkah-langkah yang diambil oleh BMT Fajar untuk menyelamatkan dan menyelesaikan pembiayaan *mudhârabah* yang bermasalah adalah sebagai berikut :

1) *Rescheduling*, Berdasarkan Fatwa DSN MUI Nomor 48/2005 poin tentang *rescheduling* penjadwalan ulang dapat dilakukan dengan mengubah jangka waktu pembiayaan. Jadwal pembayaran (penanggalan, tenggang waktu) (Lubis:2000), dan jumlah angsuran. Hal ini dilakukan apabila terjadi ketidakcocokan jadwal angsuran yang dibuat oleh *Account Officer* dengan kemampuan dan kondisi nasabah. Pemecahannya adalah dengan mengevaluasi dan menganalisis kembali seluruh kemampuan usaha nasabah sehingga cocok dan tepat dengan jadwal yang baru. Dalam hal ini pihak BMT Fajar memberikan keringanan dalam masalah jangka waktu pembiayaan dengan perpanjangan waktu, termasuk masa tenggang dan perubahan besarnya angsuran kredit. Tentu hal ini tidak dilakukan kepada semua nasabah, melainkan hanya kepada nasabah yang menunjukkan itikad dan karakter yang jujur dan memiliki kemauan untuk membayar atau melunasi kredit. Sedangkan untuk nasabah yang tidak kooperatif dan sengaja melakukan kecurangan, maka tidak diberikan keringanan tenggang waktu maupun perubahan besaran angsuran.

2) *Reconditioning*, yaitu perubahan sebagian atau seluruh syarat- syarat pembiayaan yang tidak terbatas pada perubahan jadwal pembayaran, jangka waktu, tingkat nisbah bagi hasil, penundaan pembayaran sebagian atau seluruh nisbah bagi hasil dan persyaratan lainnya. Perubahan syarat pembiayaan ini tidak termasuk penambahan dana atau modal *mudhârabah*. Nasabah yang bersifat jujur, transparan, tulus, bertanggungjawab, dan konsisten serta bersikap kooperatif yang usahanya masih dapat beroperasi namun sedang mengalami masalah keuangan, kredit pembiayaannya dapat dipertimbangkan untuk dilakukan persyaratan ulang.

3) *Restructuring*, yaitu penataan ulang atau restrukturisasi usaha penyelamatan pembiayaan bermasalah dengan melakukan perubahan syarat-syarat perjanjian pembiayaan atau melakukan konversi atas seluruh atau sebagian

dari pembiayaan kredit menjadi equity perusahaan. Penataan ulang ini meliputi :

- a) Penambahan dana, nasabah boleh mengambil kembali sisa baki debet selama masih dalam jangka waktu pembiayaan yang disetujui dalam akad.
- b) Novasi perjanjian antara BMT Fajar dengan nasabah yang menyebabkan pembiayaan lama menjadi hangus. Novasi subyektif pasif terjadi apabila nasabah baru ditunjuk untuk menggantikan nasabah lama yang oleh BMT Fajar yang akan dibebaskan perikatannya. Kewajiban nasabah lama akan berpindah kepada nasabah baru. Hal ini dilakukan apabila nasabah lama dalam keadaan bangkrut.
- c) Pembaruan pembiayaan, hal ini bukan merupakan pembaruan perjanjian yang menyebabkan perjanjian lama menjadi hangus dengan adanya perjanjian baru, namun merupakan tindakan terhadap suatu fasilitas pembiayaan yang diberikan.

Dengan catatan pihak BMT Fajar hanya dapat melakukan restrukturisasi pembiayaan terhadap nasabah yang memenuhi kriteria sebagai berikut :

- 1) Nasabah mengalami penurunan pembayaran.
- 2) Nasabah memiliki prospek usaha yang baik dan mampu untuk memenuhi kewajiban setelah restrukturisasi. Restrukturisasi pembiayaan wajib didukung dengan analisis dan bukti-bukti memadai serta didokumentasikan dengan baik oleh pihak BMT Fajar. Upaya restrukturisasi dalam penyelamatan pembiayaan bermasalah selama nasabah masih beritikad baik dan dapat diajak kerjasama maka pihak BMT Fajar akan melakukan upaya penyelamatan pembiayaan *mudhârabah* yang bermasalah

Penyelesaian Pembiayaan Mudharabah Bermasalah

a. Penyelesaian melalui Eksekusi Jaminan.

Penyelesaian melalui jaminan dilakukan oleh BMT Fajar bilamana berdasarkan evaluasi ulang pembiayaan, prospek usaha nasabah tidak ada, nasabah tidak beritikad baik atau kooperatif untuk menyelesaikan pembiayaan atau upaya penyelamatan pembiayaan tidak membawakan hasil atau melancarkan pembiayaan tersebut. Maka upaya penyelesaian pembiayaan akad *mudhârabah* yang bermasalah adalah dengan cara eksekusi jaminan yang akan dilakukan oleh BMT Fajar. Dalam Undang-Undang Perbankan Syariah pada pasal 40, bank syariah dan unit usaha syariah termasuk BMT dapat membeli sebagian atau seluruh agunan, baik melalui maupun di luar pelanggan, berdasarkan penyerahan secara sukarela oleh pemilik agunan atau berdasarkan pemberian kuasa untuk penjual dari pemilik agunan, dengan ketentuan agunan yang dibeli tersebut wajib dicairkan selambat-lambatnya dalam jangka waktu satu tahun (Karim: 1993). Dalam hal harga pembelian agunan melebihi jumlah kewajiban nasabah kepada BMT Fajar, selisih ke;enihan dari jumlah tersebut harus dikembalikan kepada nasabah setelah dikurangi dengan biaya lelang dan biaya lain yang terkait langsung dengan proses pembelian agunan.

b. Penyelesaian melalui Badan Arbitrase Syariah Nasional.

Bilamana salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau terjadi perselisihan diantara kedua belah pihak dan tidak tercapai kesepakatan melalui

musyawarah, maka penyelesaiannya melalui Badan Arbitrase Syari'ah Nasional (BASYARNAS), yang berwenang sebagai berikut :

- 1) Menyelesaikan secara adil dan cepat sengketa muamalah (perdata yang timbul dalam bidang perdagangan, keuangan, jasa, dan lain-lain yang menurut hukum dan peraturan-peraturan perundang-undangan dikuasai sepenuhnya oleh pihak yang bersengketa, dan para pihak sepakat secara tertulis untuk menyerahkan penyelesaiannya kepada BASYARNAS sesuai dengan prosedurnya.
- 2) Memberikan pendapat yang mengikat atas permintaan para pihak tanpa adanya suatu sengketa mengenai persoalan berkenaan dengan suatu perjanjian. Kesepakatan untuk menyerahkan penyelesaian sengketa kepada BASYARNAS dilakukan oleh pihak dengan syarat sebagai berikut :
 - a) Dengan mencantumkan klausa arbitrase dalam suatu naskah perjanjian.
 - b) Dengan perjanjian arbitrase tersendiri yang dibuat dan disetujui oleh para pihak baik sebelum maupun sesudah timbul sengketa (Djamil : 2012).

4. KESIMPULAN

- a. Strategi *relationship marketing* didalam pengaplikasiannya yang diperuntukkan menyelesaikan pembiayaan *mudhârabah* yang bermasalah dengan cara menerapkan dari komponen-komponen *relationship marketing* berupa unsur komunikasi, kepercayaan, komitmen, dan penyelesaian masalah. Dari komponen komunikasi dilakukan dengan dua jenis komunikasi, yaitu non verbal dan komunikasi verbal, komponen kepercayaan dilakukan dengan pemberian kepercayaan kembali pada nasabah yang bermasalah, komponen komitmen dilakukandengan terciptanya akad perjanjian *mudharabah* antara BMT Fajar dengan nasabah, dan komponen penyelesaian masalah dilakukan dengan dua penyelamatan akan pembiayaan yang meliputi langkah *rescheduling*, *reconditioning*, *restructuring*, dan *management assistancy*.
- b. Keefektifitasan dari penerapan strategi *relationship marketing* dalam menyelesaikan pembiayaan *mudhârabah* di BMT Fajar Kota Metro dalam cara pengaplikasiannya dinilai masih kurang, dari komponen *relationship marketing* yang meliputi unsur-unsur komunikasi, kepercayaan, komitmen, dan penyelesaian masalah belum dapat berfungsi secara maksimal. Faktanya komponen dari kepercayaan dan komitmen masih sulit untuk dapat diterapkan, hal ini karena dari tujuh nasabah tersebut ada yang dengan sengaja melakukan tindakan dzalim atau kecurangan meskipun dari kedua nasabah tersebut memahami akan komitmen yang telah disepakati kedua belah pihak sebelumnya, terdapat dua orang yang sengaja melakukan kecurangan tersebut, sehingga pihak BMT Fajar sulit untuk dapat memberikan kepercayaan ulang kepada nasabah tersebut bahwa mereka dapat dengan kooperatif menyelesaikan permasalahan pembiayaan *mudhârabah* yang macet ini.
- c. *Relationship marketing* dalam penyelesaian pembiayaan yang bermasalah menurut ekonomi Islam adalah dilakukan dengan langkah pendekatan-pendekatan, yaitu pendekatan psikologis pendekatan sosiologis dan pendekatan teologi normatif. Selanjutnya untuk pengaplikasiannya dalam perbankan syariah dilakukan dengan tiga cara, yaitu rekonsepsi akad, optimalisasi peran DPS, dan potensi sosial masyarakat.

Agar strategi *relationship marketing* lebih optimal hasilnya, sebaiknya digunakan system pendekatan masalah di dalam Islam, yaitu :

1. Dalam penyelesaian pembiayaan *mudharabah* bermasalah terhadap nasabah yang dengan sengaja seharusnya dilakukan pemantauan dengan lebih intens dan ketat, agar nasabah tersebut tidak secara terus-menerus melakukan kecurangan.
2. Analisis dalam manajemen terhadap pembiayaan *mudharabah* pada BMT Fajar perlu dilakukan lebih detail dan penilaian obyektif terhadap nasabah pemohon. Agar resiko kredit terhadap pembiayaan *mudharabah* dapat diminimalisir.
3. Penyelesaian permasalahan pembiayaan pada perbankan syari'ah diharapkan tidak hanya pada tahap penyelesaian, namun juga harus ada langkah antisipasi nyata agar permasalahan pembiayaan tidak sering terulang dengan masalah yang sama. Langkah-langkah tersebut seperti yang telah disebutkan sebelumnya yaitu rekonsepsi akad, optimalisasi DPS, dan potensi sosial ekonomi masyarakat.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman Karim, *Bank Islam (Analisis Fiqih dan Keuangan)*. Edisi ketiga, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2006.
- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Jakarta : Kencana Prenada Media, 2009.
- Faturrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syari'ah*, Jakarta : Sinar Grafika, 2012.
- Helmi Karim, *Fiqh Muamalah*, Jakarta Utara : Raja Grafindo Persada, 1993.
- Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah (Deskripsi dan Ilustrasi)*, Yogyakarta : Ekonisia, 2008.
- Karnaen. A. Perwaatmadja,dkk, *Bank Syari'ah : Teori, Praktik, dan Peranannya*, Jakarta : Celestal Publishing, 2007.
- Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga, 2008.
- Lexy. J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 1993.
- Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2005.
- Qomarul Huda, *Fiqh Muamalah*, Yogyakarta : Teras, 2011.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, Bandung : Alfabet, 2008.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Yogyakarta : Rineka Cipta, 1990.
- Suhrawardi. K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta : Sinar Grafika, 2000.
- Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management Teori, Konsep, dan Aplikasi*, Cet.1, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2008