

## **Pendampingan Penguatan Kepatuhan Syariah Bagi Marketing BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta**

**Riduwan<sup>1\*</sup>, Akhmad Arif Rifan<sup>1</sup>, Rofiul Wahyudi<sup>1</sup>**

Fakultas Agama Islam/Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Ahmad Dahlan  
Email: riduwan@pbs.uad.ac.id

### **Abstract**

*Sharia compliance is a requirement for Islamic financial institutions because it can increase public trust. As part of an Islamic financial institution, Baitul Maal wa Tamwil (BMT) is required to maintain consistency in implementing Sharia compliance, both in operations and marketing. The Sharia principle that forms the primary basis is the fatwa of the National Sharia Council (DSN), the Indonesian Ulema Council (MUI). The fatwa is binding on all financial institutions, including BMT. Therefore all employees must master and implement it at work. Community service in the form of assistance in Strengthening Sharia Compliance at BMT Bina Ihsanul Fikri Marketing has succeeded in increasing understanding of Sharia principles and marketing commitment to its implementation—mentoring methods in focus group discussions and classical training with structured material. The training was conducted for marketing as many as 56 people. The assistance results show an increase in understanding of Sharia principles by 85.5% and a commitment to implement Sharia principles by 89.3% properly.*

**Keywords:** Assistance, Sharia Compliance, BMT BIF

### **Abstrak**

Kepatuhan Syariah menjadi kebutuhan lembaga keuangan Syariah karena mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat. Baitul Maal wa Tamwil (BMT), sebagai bagian dari lembaga keuangan Syariah, dituntut mampu menjaga konsistensinya dalam melaksanakan kepatuhan Syariah, baik dalam operasional, maupun marketing. Prinsip Syariah yang menjadi landasan utama adalah fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN), Majelis Ulama Indonesia (MUI). Fatwa tersebut mengikat semua Lembaga keuangan termasuk BMT, karenanya semua pegawai wajib menguasai dan mengimplementasikan dalam kerja. Pengabdian pada masyarakat dalam bentuk pendampingan Penguatan Kepatuhan Syariah pada Marketing BMT Bina Ihsanul Fikri, berhasil meningkatkan pemahaman prinsip Syariah dan komitmen marketing dalam implementasinya. Metode pendampingan dalam bentuk fokus grup diskusi dan pelatihan klasikal dengan materi yang terstruktur. Pelatihan dilakukan kepada marketing sebanyak 56 orang. Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman prinsip syariah sebesar 85,5 % dan komitmen untuk melaksanakan prinsip Syariah dengan baik sebesar 89,3%.

**Kata Kunci:** Pendampingan, Kepatuhan Syariah, BMT BIF

## **Pendahuluan**

Kepatuhan syariah merupakan ketaatan terhadap hukum Islam dan aturan turunannya atau ketaatan dan kesesuaian praktik bisnis dengan prinsip-prinsip syariah atau hukum Islam (Ali, 2013). Yang dimaksud dengan hukum Islam yaitu kumpulan norma-norma atau hukum syarak yang mengatur tingkah laku manusia dalam berbagai dimensi hubungannya, baik hukum-hukum itu diterapkan langsung di dalam Al Qur'an dan Sunah Nabi SAW maupun yang merupakan hasil ijtihad, yaitu interpretasi dan penjabaran oleh para ahli hukum Islam (fukaha) terhadap kedua sumber utama tersebut (Anwar, 2007).

Kepatuhan syariah yang dijalankan pada BMT merupakan upaya preventif untuk memastikan bahwa kebijakan, ketentuan, sistem dan prosedur serta kegiatan usaha yang dijalankan telah sesuai dengan ketentuan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, (Riduwan, 2006). Karenanya setiap BMT wajib menerapkan fatwa tersebut dengan baik, sebagai bukti tanggungjawab sosial dan kegamaan (Riduwan, et al., 2023).

BMT merupakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah dengan badan hukum sebagai Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah, (KSPP), (Aziz, 1996). Fungsi utamanya adalah menghimpun dana anggota dan menyalurkannya Kembali kepada anggota yang membutuhkan, (UU No. 25/1992). Sebagai koperasi, maka BMT hanya dapat melayani anggota atau calon anggotanya. Kedudukan anggota BMT, sebagaimana anggota koperasi pada umumnya, yakni sebagai pemilik sekaligus pengguna jasa BMT (Huda, dkk, 2016).

Pendirian BMT ditujukan untuk memberikan pelayanan keuangan Syariah khususnya bagi usaha ultra mikro, mikro dan kecil, (Riduwan, 2006). Karenanya anggota BMT lebih banyak didominasi oleh pengusaha mikro bahkan masyarakat miskin. Visi utamanya adalah memfasilitasi usaha mikro naik kelas menjadi usaha kecil, menengah dan besar. Dalam konteks keuangan social, maka misinya adalah merubah kondisi anggota dari mustahik atau penerima zakat menjadi muzaki atau pembayar zakat (Shaikh, 2018).

Anggota BMT yang mayoritas pengusaha mikro menghendaki supaya praktik keuangannya terhindar dari riba yang diharamkan, (Riduwan et al., 2023). Disamping itu, penggunaan istilah Syariah tidak sekedar diharapkan tidak sekedar strategi dalam pemasaran, tetapi menjadi panggilan idiologi yang terus diperkuat. Pengusaha mikro anggota BMT, perlu mendapatkan bukti yang semakin menguatkan kepercayaannya. Selain secara kelembagaan, praktis Syariah juga wajib melekat pada individu insan lembaga keuangan Syariah, (Auda, 2008), termasuk BMT.

Komitmen dan menjaga konsistensi pelaksanaan Syariah menjadi sangat penting ditengah kompetisi keuangan mikro yang semakin ketat. Terlebih, kondisi ekonomi yang belum pulih akibat pandemic covid 19, membuat banyak anggota yang belum mampu membayar Kembali kewajibannya. Karenanya tugas marketing menjadi semakin berat, disamping menjaga konsistensi Syariah, juga mendampingi anggota Suhendri (2017), terutama dalam mempercepat pemulihan usaha pasca pandemi.

Implementasi prinsip Syariah telah mendapatkan pengawasan dari Dewan Pengawas Syariah (DPS), (DSN, 2006), yang telah diangkat dalam rapat anggota. DPS sesungguhnya memiliki tanggungjawab yang besar dalam memastikan bahwa operasional BMT telah sesuai dengan prinsip Syariah. Praktik Syariah yang dimaksud tidak saja pada ranah lembaganya, tetapi sampai pada ranah individual, (Ullah, 2015).

Tanggungjawab DPS dalam mengawasi praktik Syariah dapat dilakukan setiap hari atau minimal setiap bulan. Hasil pengawasan DPS dilaporkan pada Rapat Anggota Tahunan, sehingga anggota dapat memahami praktik kepatuhan Syariah, (Kementerian Koperasi dan UKM, 2006). Namun demikian, anggota dan masyarakat sesungguhnya juga dapat melakukan pengawasan secara langsung. Anggota sebagai pemilik dan pengguna jasa koperasi, (UU. No. 25/1992), berhak setiap saat, melakukan penilaian terhadap implementasi kepatuhan Syariah, baik pada ranah operasional maupun marketing.

Marketing BMT sebagai ujung tombak yang berhubungan langsung dengan anggota membutuhkan penguatan komitmen dalam implementasi Syariah. Tingginya persaingan usaha dan kondisi ekonomi yang belum membaik, seringkali menjadi godaan tersendiri dalam pelaksanaan akad Syariah. Disamping itu, melakukan pembinaan anggota, merupakan aktifitas yang melekat karena menjadi tanggungjawab semua insan BMT. Dalam konteks itulah maka pengabdian pada masyarakat dalam bentuk Pendampingan Penguatan Kepatuhan Syariah pada Marketing BMT Bina Ihsanul Fikri menjadi sangat penting.

### **Metode Pengabdian**

Pendampingan kepatuhan Syariah pada Marketing BMT, dilakukan dengan beberapa metode yakni *assessment*, *focus group discussion*, pelatihan dan pengujian komitmen. *Assessment* dilakukan melalui wawancara secara acak kepada 56 orang marketing, untuk mengukur pemahaman dasar semua peserta tentang kepatuhan Syariah dan implementasinya yang pernah dilakukan. Sedangkan *focus group discussion* dilakukan bersama seluruh manajer, dengan tujuan untuk memetakan kebutuhan pelatihan atas dasar hasil *assessment*.

Pelatihan klasikal dilaksanakan dalam dua sesi, yakni sesi pertama yang lebih banyak menekannya pada penguatan spiritual atau sikap dalam pelaksanaan prinsip Syariah dan sesi kedua lebih banyak pada pengembangan pengetahuan tentang prinsip Syariah pada Lembaga keuangan mikro. Materi klasikan meliputi; akad Syariah, produk pembiayaan dan simpanan BMT, pendampingan anggota dan penguatan ruhiyah marketing. Semua materi disajikan secara dialogis dan terfokus pada peserta. Interaksi aktif antara fasilitator dengan peserta, ternyata dapat meningkatkan dinamika kelas.

Setelah pelatihan, semua marketing sebagai peserta pelatihan diuji kemampuan menyerap materi dan komitmen dalam menjaga istiqamah implementasi prinsip Syariah. Pengujian dilakukan dengan wawancara secara acak dengan peserta yang dibagi menjadi tiga kelompok. Fasilitator dibantu oleh staf BMT BIF yang ditunjuk, menjadi penguji dan hasilnya didiskusikan dengan manajer.

### **Hasil dan Pembahasan**

Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan baik dalam pemahaman prinsip Syariah maupun komitmen implementasinya. Hasil *assessment* didapat data bahwa pemahaman prinsip Syariah sebesar 68,3 % dan meningkat menjadi 85,5 % setelah pendampingan. Sedangkan hasil *assessment* komitmen menunjukkan angka 76,4%, dan setelah pendampingan naik menjadi 89,3%.

Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman prinsip Syariah serta komitmen implementasinya. Data yang diperoleh dari *assessment* awal menunjukkan bahwa pemahaman prinsip Syariah

sebesar 68,3%. Namun, setelah melalui sesi pendampingan, pemahaman tersebut meningkat secara signifikan menjadi 85,5%. Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan memberikan dampak positif dalam memperdalam pemahaman tentang prinsip-prinsip Syariah.

Selain itu, hasil assessment juga mengungkapkan peningkatan yang signifikan dalam komitmen implementasi prinsip Syariah. Sebelum pendampingan dilakukan, komitmen implementasi hanya mencapai angka 76,4%. Namun, setelah melalui proses pendampingan, angka komitmen implementasi meningkat secara signifikan menjadi 89,3%. Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan tidak hanya meningkatkan pemahaman teoritis, tetapi juga mendorong individu untuk menerapkan prinsip-prinsip Syariah dalam praktik sehari-hari.

**Gambar 1.** Pelaksanaan Pengabdian



Penyimpangan dari prinsip-prinsip Syariah dapat terjadi karena kurangnya pemahaman yang cukup dalam hal ini. Oleh karena itu, penting untuk melakukan pendampingan agar individu dapat memahami prinsip-prinsip Syariah dengan lebih baik. Dalam konteks ini, pendampingan telah terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman prinsip Syariah dari 68,3% menjadi 85,5%. Pendampingan membantu individu untuk mengatasi kesulitan atau kebingungan dalam memahami prinsip-prinsip Syariah dan memberikan penjelasan yang lebih terperinci.

Selain peningkatan pemahaman, pendampingan juga berperan penting dalam meningkatkan komitmen individu terhadap implementasi prinsip Syariah. Komitmen implementasi yang semula sebesar 76,4% meningkat menjadi 89,3% setelah sesi pendampingan dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan berhasil memotivasi individu untuk lebih berkomitmen dalam mengimplementasikan prinsip-prinsip Syariah dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman prinsip Syariah maupun komitmen implementasinya, dapat disimpulkan bahwa pendampingan memberikan manfaat yang berarti dalam pengembangan pemahaman individu terhadap prinsip-prinsip Syariah. Selain itu, pendampingan juga berperan penting dalam membentuk sikap dan komitmen individu dalam menerapkan prinsip-prinsip Syariah dalam praktik sehari-hari. Hasil pendampingan yang positif ini mengindikasikan bahwa upaya pendampingan dalam pemahaman dan implementasi prinsip Syariah dapat memberikan dampak

yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman dan komitmen individu terhadap prinsip-prinsip tersebut.

Hasil ini menunjukkan bahwa pendampingan memiliki peran penting dalam meningkatkan pemahaman individu terhadap prinsip-prinsip Syariah dan membentuk komitmen yang kuat untuk mengimplementasikannya. Peningkatan pemahaman dan komitmen ini akan berdampak positif dalam menjaga kesesuaian dengan prinsip-prinsip Syariah dalam berbagai aspek kehidupan, seperti keuangan, bisnis, dan tata kelola organisasi.

Dalam konteks yang lebih luas, hasil pendampingan ini menunjukkan pentingnya upaya pendidikan dan pendampingan dalam memperkuat pemahaman dan komitmen terhadap prinsip-prinsip Syariah. Pemahaman yang lebih baik akan membantu individu dalam menghindari penyimpangan dari prinsip-prinsip Syariah, sementara komitmen yang kuat akan mendorong mereka untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip tersebut secara konsisten.

Dalam menghadapi tantangan dan kompleksitas dunia modern, pendampingan terbukti sebagai metode yang efektif dalam memperkuat pemahaman dan komitmen terhadap prinsip-prinsip Syariah. Dengan demikian, upaya pendampingan semacam itu perlu diteruskan dan dikembangkan agar individu dan organisasi dapat terus memperbaiki dan mengembangkan pemahaman dan praktik mereka yang sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah.

Disamping itu, terdapat respon yang menarik dari semua peserta, karena menghendaki supaya program sejenis dapat dilakukan secara berkesinambungan minimal setiap enam bulan sekali. Konsistensi implementasi kepatuhan Syariah bagi marketing perlu terus ditingkatkan karena tingginya kompetisi dengan lembaga lain. Disamping itu, anggota menghendaki adanya implementasi Syariah yang semakin baik, sehingga berbagai program peningkatan kepatuhan Syariah menjadi penting.

## Simpulan

Pendampingan yang dilakukan berhasil meningkatkan pemahaman individu terhadap prinsip-prinsip Syariah sebesar 85,5% dan komitmen mereka untuk melaksanakan prinsip-prinsip tersebut dengan baik sebesar 89,3%. Hasil ini menunjukkan bahwa pendampingan memiliki efek positif dalam mengembangkan pemahaman dan komitmen individu terhadap prinsip Syariah.

## Daftar Pustaka

- Ali, RAE. (2013), "Sharia Compliant to Sharia Based Financial Innovation; A Question of Semantics or Progressive Market Differentiation", *Proceeding for 4th SC-OCIS Rountable*, Oxford, United Kingdom.
- Azis, M., (1996), *Pedoman Cara Pembentukan BMT*, Jakarta, PINBUK.
- Anwar, S., (2007), *Hukum Perjanjian Syariah, Studi Tentang Teori Akad*, Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Auda, J., (2008), *Maqashid al Shariah As Philosophy of Islamic Law, The International Institute of Islamic Thought, London, Washington*.
- Dewan Syariah Nasional (DSN-MUI), (2006), *Himpunan Fatwa*, Jakarta, DSN-MUI-Bank Indonesia.
- Huda, N., dkk, (2016), *Baitul Mal wa Tamwil Sebuah Tinjauan Teoritis*, Jakarta,

Amzah.

Menteri Koperasi dan Pembinaan Penguasa Kecil RI. Keputusan “Tentang Petunjuk Pelaksanaan Penilaian Kesehatan Koperasi Simpan-pinjam dan Unit Simpan-Pinjam “Nomor 227/KEP/M/V/1996.

Riduwan, (2006), *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, Yogyakarta, UII Press, Cetakan ke II.

Riduwan, et al., (2023), *Kepatuhan Syariah Baitul Maal wat Tamwil*, Yogyakarta, Suara Muhammadiyah.

Shaikh, SA. et al. (2018), “A Review of Islamic Commercial and Sosial Finance in Pakistan, *Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(5), 26-40.

Sucipto, (2016), “Kepatuhan Syariah dan Sustainability BMT di DI. Yogyakarta”, Disertasi S3 UIN Sunan Kalijaga, (tidak diterbitkan).

Suhendri, H. et al. (2017), “Awereness and Perceptions of Islamic Micro-entrepreneurs on Mudarabah Finance and Justice for Financing Acces in Malang Territory Indonesia”, *International Journal of Economic and Finance Issues*, 7(5), 252-258.

Ullah, H. (2015), “Shari’ah Compliance In Islamic Banking An Empirical Study on Selected Islamic bank In Bangladesh”. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management.*”, 7(2), 182-199.

Undang-Undang RI, Nomor 25 Tahun 1992, Tentang Perkoperasian.