

ABSTRAK

Nama : Prameswara Samofa Nadya
Program Studi : Timur Tengah dan Islam
Judul : Faktor-faktor Penjelas Preferensi Menjadi Nasabah Baitul Maal
wat Tamwil (Studi Kasus 3 BMT di Jakarta)

Selama lebih dari satu dasawarsa BMT telah menjadi sebuah lembaga keuangan berbasis sistem syariah yang menjangkau masyarakat kelas paling bawah dengan cara menopang pertumbuhan usaha mikro dan kecil, serta menyelamatkan masyarakat dari praktik-praktik transaksi keuangan ribawi. Namun ternyata lembaga yang diprakarsai oleh swadaya masyarakat ini masih terbentur dengan berbagai kendala di lapangan, salah satunya adalah kendala pemasaran. Atas dasar itulah maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui arah pemasaran yang tepat.

Dari hasil penelitian dengan menggunakan metode analisis faktor ini diketahui bahwa faktor yang menjadi penjelas utama terhadap preferensi masyarakat untuk menjadi nasabah BMT adalah faktor yang terdiri dari variabel-variabel proses, sumberdaya insani, pelayanan, reputasi dan rekomendasi. Sehingga kepada unsur-unsur yang terdapat di dalam faktor inilah seharusnya strategi pemasaran BMT difokuskan.

Kata kunci:

BMT, usaha mikro dan kecil, preferensi, faktor penjelas

ABSTRACT

Name : Prameswara Samofa Nadya
Study Program: Middle East and Islam
Title : Explanation Factors for Preferences to Become a Member of Baitul Maal wat Tamwil (3 BMT Study Case in Jakarta)

For more than one decade BMT had envolved to be a sharia financial system institute, which helped the grass-root class society by carrying out the developments of small and micro businesses. Thus, BMT had saved the community from the financial transactions practicing riba. However, BMT as a non-governmental institution is still encountered some problems. One of which, is marketing problems. So it is necessary to do a research to find out the right way for marketing strategy, to solve this problem.

The outcome of this research, which used factor analysis method, that the factor which influenced the most for the community preference to become a member of BMT are factors consisting process, human resources, customer care, reputation, and recommendation variables. These are the factors, which the marketing strategies should be focused on.

Key words:

BMT, micro and small businesses, preference.

اختصار

الاسم : فرامسواري سموفا نديا
الدراسات : الشرق الأوسط والعلوم الإسلامية
موضوع الرسالة : العوامل الموضحة والمرجعية في اشتراك المدخرين في بيت المال والتمويل (دراسة ميدانية في ثلاثة بيوت الأموال والتمويل بمنطقة جاكرتا)

أصبح بيت المال والتمويل بعد مرور أكثر من عشر سنوات من تطورها مرجعا شعبيا في البلد يخدم المواطنين من الطبقة الأدنى في نمو كسبهم الكلي والجزئي و تعمل الهيئة وفق روح الشريعة الإسلامية السمحة, وكما تعمل الهيئة التحصين و انذار المجتمع من المعاملة الربوية, إلا أن الهيئة التي ظهرت وتطورت في الطبقة الأدنى من المجتمع مازالت تواجه عوائق شتى في ميدان التطبيق ومن ضمن هذه العوائق هي مشكلة التسويق. وانطلاقا من هذا المبدأ يعمل البحث من أجل وضع خطة التسويق المناسب .

دلت نتيجة البحث الذي يستخدم منهج اطلاع العوامل على أن العوامل المؤثرة في اشتراك المدخرين في بيت المال والتمويل هي العوامل الانسانية المكونة من العوامل العملية, الطاقة الانسانية, الخدمة, الخبرة, التزكية. وبالتالي يعمل ويركز التسويق على هذه العوامل المؤثرة.

الكلمات المهمة :

بيت المال والتمويل, الكسب الكلي والجزئي, المرجعية, العوامل الانسانية