**STRATEGI REKRUTMEN NASABAH MELALUI SIMPANAN *MUDHARABAH* DI BMT UGT SIDOGIRI CABANG PAMEKASAN**

**Oleh**

**M A R S U M**

**UNIVERSITAS MADURA**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisa dua permasalahan yang menjadi fokus kajian dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana bentuk Strategi Rekrutmen Nasabah Melalui Simpanan Mudharabah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan? 2) Sejauh mana efektivitas Strategi Rekrutmen Nasabah Melalui Simpanan Mudharabah di BMT UGT SidogiriCabangPamekasan?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian lapangan. lokasipenelitian di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan. Sumber data diperoleh dari data primer dan skunder. Data primer yaitu dari orang-orang yang terlibat langsung dalam pengelolaan BMT yaituManajer, Teller, Marketing dan *Costumer Service* (CS). Sedangkan data skunder adalah data-data pendukung berupa buku pustaka dan *file-file* yang berkaitan dengan data yang diperlukan. Prosedur pengumpulan datanya dilakukan dengan pengamatan atau observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis datanya diklasifikasikanmenjaditiga yaitu: reduksi data, display data dan verifikasi data, Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, meningkatan ketekunan dan triangulasi.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa 1) Strategi rekrutmen nasabah melalui simpanan *mudharabah* di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan menggunakan beberapa cara yaitu membangun reputasi, melakukan kegiatan promosi, memberikan hadiah, meningkatkan kualitas pelayanan, dan menawarkan kemudahan. 2) Strategi rekrutmen nasabah melalui simpanan *mudharabah* di BMTBMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan berjalan secara efektif hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip efektivitas dalam rekrutmen nasabah yaitu: Prinsip skelar, Prinsip kesatuan perintah, dan Pertanggung jawaban.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka disarankan hal-hal sebagai berikut: 1) Kepada pihak BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan untuk mempertahankan reputasinya karena selama ini sudah mendapat respon yang baik dari masyarakat. 2) Hendaknya lebih dikembangkan lagi kepada skala yang lebih luas baik secara kualitatif maupun kuantitatif sehigga betul-betul tumbuh berkembang dari, oleh, dan untuk masyarakat.

**Kata Kunci :**Strategi Rekrutmen Nasabah, Simpanan *Mudharabah*

**PENDAHULUAN**

BMT dalam perjalanannya mengalami kemajuan di tengah-tengah masyarakat Indonesia terutama BMT yang berasaskan syari’ah ternyata mendapatkan tanggapan positif dari kalangan masyarakat. Hal ini ditandai dengan semakin berkembangnya lembaga-lembaga keuangan berbasis ekonomi syari’ah tersebut baik makro maupun mikro, seperti halnya perbankan syari’ah, *Baitul mall wattamwil* (BMT) dan lembaga-lembaga keuangan syari’ah non bank lainnya yang ternyata mampu memberikan warna bagi perekonomian kalangan akar rumput yakni pengusaha mikro.

Dari pesatnya perkembangan BMT syari’ah tersebut, menuntut masing-masing BMT untuk berbenah diri agar tidak kalah saing dengan BMT lainnya yang sama-sama menawarkan jasa kepada masyarakat sehingga masyarakat tersebut tertarik untuk menjadi nasabahnya.

Secara garis besar, telah banyak strategi yang dilakukan pihak BMT untuk menjadii BMT yang terbaik dan mampu menguasai pasar. Beberapa diantaranya adalah dengan melakukan promosi dan pemberian hadiah yang menarik bagi nasabahnya sebagai upaya agar masyarakat tertarik untuk menabung di BMT tersebut, Melakukan pengembangan dalam bidang teknologi perbankan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin luas, Meningkatkan pelayanan dan kenyamanan kepada nasabah, baik dari segi cara pegawai melayani nasabah sampai kepada urusan kenyamanan ruangan menjadi target perbaikan, membuka kantor cabang, unit, layanan, kantor pembantu, serta penawaran berbagai macam kemudahan bagi calon nasabah.

Dalam rangka penyaluran dana *Mudharabah*, BMT bertindak sebagai *Shahibul Maal* dan nasabah sebagai *mudharib*. BMT memberikan kepercayaan penuh kepada nasabah untuk memanfaatkan fasilitas pembiayaan bagi hasil ini sebagai modal mengelola proyek atau usaha halal tertentu. Karena landasan *mudharabah* murni “kepercayaan” dari *shahibul maal,*BMT dituntut hati-hati dan selektif terhadap pembiayaan yang diajukan nasabah.

Obsesi pemerintah dalam meningkatkan jumlah-jumlah pemerataan BMT serta meningkatkan motivasi dikarenakan ketatnya persaingan. Jadi agar bertahan hidup, BMTi harus meningkatkan mutu pelayanannya di samping menerapkan prinsip-prinsip efisiensi secara ekonomik. Hal ini merupakan tantangan yang perlu dihadapi oleh manajer BMT saat ini dalam menghadapi persaingan tersebut. Perkembangan kebutuhan pelayanan masyarakat dimasa depan ditentukan oleh perubahan ekonomi dan sosial.

Nasabah sebagai konsumen utama jasa pelayanan BMT perlu diperhatikan keinginan dan kebutuhannya. Keinginan pemasaran BMT di Indonesia akhir-akhir ini mulai mendapat perhatian. Pada awalnya BMT menggunakan upaya pemasaran hanya untuk mencari nasabah dengan meningkatkan komunikasi dengan masyarakat. Kegiatan ini tidak lepas dari usaha BMT untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Dari beberapa kebutuhan nasabah tersebut mendorong BMT untuk melakukan strategi pemasaran yang efektif.

Oleh karena itulah upaya pemasaran sangat diperlukan, agar masyarakat lebih mengenal BMT ini, sepanjang tidak bertentangan dengan dasar-dasar etika BMT. Dalam BMT ada beberapa bentuk pembiayaan dan transaksi yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Artinya mengingat transaksi ini merupakan impelementasi dari gabungan akad, maka rukun dan ketentuan syariahnya akan merujuk pada rukun dan ketentuan syariah dari akad *kafalah*, *ijaroh* dan *qordh hasan*. Pembiayaan yang dimaksud adalah penyediaan uang atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara BMT dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Pembiayaan yang dilakukan BMT adakalanya menggunakan prinsip penyertaan modal atau *musyarakah*, adakalanya menggunakan prinsip jual beli atau *murabahah*, dan adakalanya menggunakan prinsip *mudharabah*. BMT berposisi sebagai modal penuh.

*Mudharabah* adalah suatu akad yang memuat penyertaan modal atau semaknanya dalam jumlah, jenis dan karakter tertentu dari seorang pemilik modal (*Shahibul Maal*) kepada pengelola (*Mudharib*) untuk dipergunakan sebagai sebuah usaha dengan ketentuan jika usaha tersebut mendatangkan hasil maka hasil atau laba tersebut dibagi dua berdasarkan kesepakatan sebelumnya, sementara jika usaha tersebut tidak mendatangkan hasil atau bangkrut maka kerugian materi sepenuhnya ditanggung oleh pemilik modal dengan syarat dan rukun-rukun tertentu.

BMT UGT Sidogirimerupakan salah satu BMT yang sangat berkembang dengan baik, hal ini dapat kita lihat ketika para pegawai BMT UGT Sidogiribergerak di lapangan dalam mencari nasabah (marketing) dan yang bertugas di kantor BMT selalu menitikberatkan pada perikemanusiaan seutuhnya dalam artian, dalam melayani konsumen mengutamakan kepuasan, serta nilai-nilai etika. Memusatkan perhatian terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah, memusatkan pada kualitas dalam segala pelayanan dan produk yang ditawarkan menyandarkan pada kebermaknaan dalam penyediaan segala kebutuhan hidup konsumen dan nasabah yang harus dilayani dengan baik dan diperlakukan secara tepat sesuai dengan tipe dan gayanya.Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelititertarik untuk meneliti tentang Strategi Rekrutmen Nasabah Melalui Simpanan *Mudharabah* Di BMTUGT SidogiriCabang Pamekasan Jl. Dirgahayu No 02 Bugih Pamekasan

**Rumusan Masalah**

1. Bagaimana bentuk Strategi Rekrutmen Nasabah Melalui Simpanan Mudharabah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan?
2. Sejauh mana efektivitas Strategi Rekrutmen Nasabah Melalui Simpanan Mudharabah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan?

**Kajiaan Pustaka**

1. **Definisi Strategi dan rekrutmen nasabah**

Strategi adalah suatu ilmu yang mempelajari sebuah tata cara penempatan atau penyusunan, penerapan, dan pengevaluasian keputusan-keputusan, kata strategis memiliki makna bijak atau bijaksana dan fokus pada proses penetapan tujuan [organisasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Organisasi), pengembangan [kebijakan](http://id.wikipedia.org/wiki/Kebijakan) dan perencanaan untuk mencapai sasaran, serta mengalokasikan [sumber daya](http://id.wikipedia.org/wiki/Sumber_daya) untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi Menurut Malayu dan Hasibuan menyatakan strategi adalah penentuan cara yang harus dilakukan agar memungkinkan memperoleh hasil yang optimal, efektif, dan dalam jangka waktu yang relatif singkat serta tepat menuju tercapainya tujuan yang telah diterapkan.

Adapun macam strategi yang perlu kita uraikan diantaranya:

1. Strategi *universalisme* versus *partikularisme*

Beberapa strategi yang perlu dilakukan oleh setiap menejer dalam mengelola organisasi universalisme yaitu jangan mudah tersinggung, bila timbul permasalahan maka kita selesaikan bersama, berlaku adil dalam melaksanakan aktivitasnya. Adapun strategi partikularisme yang perlu diterapkan adalah jangan mengabaikan atau mengacuhkan setiap sikap dan upaya pendekatan dari mitra bisnisnya, bila ada suatu perubahan maka kita harus melaksanakan secara bertahap.

1. Strategi *kolektivisme* versus *individualisme*

Bila lingkungan yang dihadapi berorientasi pada nilai kolektivisme maka strategi yang dipakai adalah perlu meningkatkan kesabaran dalam menghadapi waktu yang dibutuhkan untuk berkonsentrasi dan berkonsultasi, dalam menjalin bisnis membutuhkan proses yang sangat lama untuk mencapai kesuksesan. Adapun cara mencerminkan individulisme maka harus gesit dan cepat maka inisiatip pengambilan keputusan dan melakukan penawaran sasaran utama dalam menjalankan bisnis yang perlu diraih adalah melaksanakan transaksi secara cepat.

1. Strategi netral versus efektif

Dalam menghadapi situasi netral maka strategi yang dipakai adalah sedapat mungkin mempersiapkan segala sesuatu sebelum melakukan transaksi bisnis, hindari perilaku yang ekspresif atau antusias karena sesuatu pekerjaan pasti akan dinilai. Adapun secara efektif maka strategi yang dipakai adalah bila mereka mengungkapkan suatu maksud yang baik maka tanggapila secara baik juga dan hindarilah perilaku mendua karena akan diinterpretasikan sebagai tindakan meremehkan, tidak suka, dan mengabaikan mitra bisnisnya.

1. Strategi *diffuse* versus *specific*

Strategi diffuse yang cocok diterapakan adalah saat melakukan sesuatu anda tidak perlu tergesa-gesa untuk langsung menuju pokok persoalan biar seseorang merasa terhargai. Sebaliknya jika lingkungan bisnis mengandung specific maka strategi yang lebih cepat adalah dalam bernegosiasi, bersikaplah langsung menuju sasaran tepat dan efesien, perlu disusun intruksi yang jelas, seksama, dan rinci agar dapat dilaksanakan dengan baik.

1. Strategi *acvievement* versus *ascription*

Setiap pelaku bisnis yang agak menekankan dalam stratgi acvievement maka strateginya adalah mereka perlu membentuk tim negosiasi yang solid, didukung denga penasehat yang handal, dan dilengkapi data-data yang komplik. Adapun strategi yang bersifat ascription maka strategi yang di terapkan adalah mereka perlu membentuk tim negosiasi yang melibatkan beberapa orang senior yang memiliki posisi formal.

1. **Definisi Rekrutmen**

Rekrutmen adalah proses mencari, menemukan, mengajak dan mempengruhi tenaga kerja serta menetapkan sejumlah orang dari dalam maupun dari luar sebagai calon nasabah dengan karakteristik tertentu seperti yang telah ditetapkan dalam perencanaan sumber daya manusia, dan mengiklankan pada media masa atau melalui para karyawan yang telah ada.

Ada beberapa macam merekrut yang perlu diperhatikan agar kita tidak mengulangi hal yang sama dalam merekrut diantaranya:

1. Sumber dimana kita mencari manusia

 Dalam mencari sumber daya manusia yang sering ditemui adalah di koran dan referensi karena merupakan salah satu media yang tepat dalam mencari sumber daya manusia walaupun kelihatannya cara konvensional itu cukup baik, dan masih banyak sumber yang baik yang perlu di kembangkan, seperti kampus, SMS, kelurahan atau karang taruna setempat, rumah, internet dan lain sebagainya.

1. Bagaimana cara mengomunikasinya

Sebenarnya kalau dilihat cara-cara mencari nasabah atau merekrut nasabah itu dengan cara komunikasinya dengan baik, sopan santun, ber etika dan bisa melewati iklan.

1. Proses penyeleksiannya

Dalam proses penyeleksian ini membutuhkan beberapa ketelitian dalam memilih untuk melakukan wawancara dengan nasabah. Misalnya membutuhkan *data entry,* kriteria umum apa yang dicari untuk seorang *data entry* dapat optimal bekerja di perusahaan seperti, umurnya biasanya minimal 23 tahun, penampilan yang bagus dan bisa tertarik dalam wawancara dengan nasabah.

1. **Strategi Rekrutmen Nasabah**

Ada beberapa teori dalam strategi yang mengemukakan dalam perencanaan, sebagai berikut:

1. *Camel head in the tent* (memasukkan kepala unta dalam tenda), artinya hendaknya pengajuan rencana dilakukan secara bertahap.
2. *Sowing seed on fertile ground* (meneberkan bibit pada tanah subur), artinya untuk mengajukan suatu rencana, pilihlah orang-orang yang sekiranya dapat menerima rencana tersebut.
3. *Mass concentrated offensive* (penyerangan secara terkonsentrasi), artinya jika rencana itu diterima maka secepatnya harus dilakukan, karena suatu saat ada perubahan.
4. *Confusen the issue* (mengalihkan perhatian), strategi ini dimaksudkan untuk mengalihkan perhatian dengan jalan menggunakan pendekatan yang tidak langsung menyinggung pokok persoalan. Karena perseoalan pokoknya langsung disinggung, maka dapat menimbulkan kerugian terhadap keseluruhan rencana.
5. *Use strong tactics only when necessary* (mempergunakan taktik keras hanya jika perlu). Strategi hanya digunakan, jika diperlukan sekali.
6. *Pass the buck* (lepaskan tanggung jawab), artinya strategi ini berarti melemparkan tanggung jawabnya, sehingga yang bersangkutan terlepas dari segala akibat perbuatannya.
7. *Time is great healer* (waktu adalah penyembuh yang terbaik), artinya strategi ini dimaksudkan tidak memulornya waktu, kareana waktu berjalan terus dengan apa yang dilaksanakannya.
8. *Strike while the iron is hot* (pukullah besi ketika masih panas), artinya terapkanlah rencana dengan segera, jika terlihat gejala bahwa orang tidak menentangnya.
9. *Two head are better than one* (pemikiran dua orang libih baik dari satu orang), artinya strategi ini dimaksudkan untuk memperoleh pemikiran dan perumusan yang terbaik mengingat bahwa suatu persoalan akan dipecahkan dengan sempurna.
10. *Divide an rule* (membagi dan menguasai), artinya strategi ini untuk membagi kelompok dan menguasainaya agar kelompok itu menerima rencana yang diajukan dan maksud yang diinginkan.

Adapun strategi yang bagus untuk membantu meningkatkan jumlah penabung atau merekrut nasabah diantaranya sebagai berikut :

1. Membangun reputasi yang baik artinya Jangan harap anda akan mendapatkan banyak nasabah yang bersedia menabung di bank anda, jika selama ini bank yang ada selalu menyisakan masalah. Padahal hal tersebut merupakan salah satu patokan dari masyarakat hingga akhirnya mereka memutuskan untuk menjadi nasabah atau tidak.
2. Melakukan berbagai promosi secara maksimal artinya
Promosi merupakan cara untuk memperkenalkan produk yang dimiliki oleh BMT kepada masyarakat. Produk yang ditawarkan pastinya adalah produk yang berkaitan dengan produk untuk tabungan. Promosi yang dilakukan bisa dengan menyebarkan brosur, mengikuti berbagai pameran, dan lain sebagainya.
3. Memberikan iming-iming hadiah artinya Hadiah bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi para nasabah. Melihat hadiah yang besar, biasanya nasabah akan lebih termotivasi untuk terus meningkatkan saldonya sehingga dana yang bisa disalurkan untuk kredit juga akan lebih banyak. Usahakan untuk menyediakan hadiahnya terlebih dahulu dan pamerkan hadiah tersebut di ruang tunggu pada bank. Ingat, sebaiknya anda tidak mengeluarkan budget untuk hadiah ini diluar dari kemampuan bank. Sedangkan untuk pengundian hadiah bisa dilakukan setiap bulan, triwulan, atau mungkin per semester.
4. Tigkatkan pelayanan artinya Kepuasan pelayanan merupakan kepuasan tersendiri bagi para nasabah. Ketika mereka mendapatkan pelayanan yang baik di berbagai hal, pastinya calon nasabah akan merasa lebih nyaman untuk bertransaksi. Pelayanan dari setiap BMT ini akan sangat dipengaruhi oleh sumber daya manusia yang berkualitas sehingga sangat penting bagi lembaga untuk terus meningkatkan kualitas SDMnya.
5. Tawarkan berbagai kemudahan artinya Nasabah umumnya membutuhkan pelayanan yang mudah dan aman. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen ini, BMT bisa menawarkan berbagai fasilitas diantaranya adalah layanan mobile banking atau mungkin online banking. Dengan layanan ini, maka nasabah bisa melakukan berbagai transaksi untuk melakukan berbagai akses perbankan.

Oleh karena itu bahwasannya strategi memang merupakan bagian yang penting dalam menentukan langkah-langkah tepat dalam mencapai sesuatu, karena tanpa strategi yang jelas akan menyebabkan tidak maksimalnya hasil yang dicapai oleh lembaga. Ada banyak hal yang harus dipertimbangkan dalam menyusun strategi meningkatkan jumlah penabung di BMT Nuri baik itu dari pihak bank itu sendiri atau mungkin pihak masyarakat atau lingkungan. Faktor-faktor tersebut nantinya bisa berpengaaruh terhadap penerapan strategi dahsyat secara signifikan dalam meningkatkan jumlah penabung. Jika ditanyakan apakah hal ini penting, maka jawabannya adalah sangat penting karena sangat berpengaruh sebagai penunjang keberhasilan dalam berbagai kegiatan operasional BMT.

1. **Seputar Tentang Simpanan Mudharabah**
2. **Definisi Mudharabah Dan Karakteristik Mudharabah**

*Mudharabah* adalah salah satu akad kerjasama kemitraan berdasarkanprinsip berbagi untung dan rugi (*profit and loss sharing principle*), dilakukan sekurang-kurangnya oleh dua pihak, dimana yang pertama memiliki dan menyediakan modal, disebut *shohibul maal*, sedangkan pihak kedua memiliki keahlian dan bertanggung jawab atas pengelolaan dana atau manejemen usaha halal tertentu, disebut *mudharib*.

*Mudharabah* memberikan penjelasan atas model dan karekteristik dalam prinsip *mudharabah*. *Mudharabah* adalah akad kerja sama usaha antara *shahibul maal* dan *mudharib* dengan nisbah bagi hasil menurut kesepakatan di muka. Jika usaha memiliki kerugian ditanggung oleh pemilik dana, kecuali kita ditemukan adanya kelalaian atau kesalahan pengguna dana, seperti penyelewengan kecurangan dan penyalah gunaan dana.

BMT dapat bertindak sebagai pemilik dana maupun pengelola dana. Apabila BMT bertindak sebagai pemilik dana, maka dana yang disalurkan disebut pembiyaan mudharabah. Apabila BMT sebagai pengelola dana, maka dana yang diterima dapat dibedakan menjadi dua hal :

1. *Mudharabah Muthlaqah* (investasi tidak terikat).

*Mudharabah Muthlaqah* merupakan akad perjanjian antara dua pihak yaitu*shahibul maal* dan *mudharib*, yang mana *shahibul maal* menyerahkan sepenuhnya atas dana yang diinvestasikan kepada *mudharib* untuk mengelola usahanya sesuai dengan prinsip syariah. *Shahibul ma*al tidak memberi batasan jenis usaha, waktu yang diperlukan, strategi pemasarannya, serta wilayah bisnis yang dilakukan. *Shahibul maal*memberikan kewenangan yang sangat besar kepada *mudharib*untuk menjalankan aktivitas usahanya, asalkan sesuai dengan prinsip syariah Islam.

*Mudharabah muthlaqah*adalah akad *mudharabah*dimana *shahibul maal* memberikan kebebasan kepada pengelola dana *(mudharib)* dalam pengelolaan investasinya (PAPSI, 2003). *Mudharabah muthlaqah*dapat disebut dengan investasi dari pemilik dana kepada bank syariah, dan bukan merupakan kewajiban atau ekuitas bank syariah

Bank syariah tidak mempunyai wewenang untuk mengembalikan apabila terjadi kerugian atas pengelolaan dana yang bukan disebabkan kelalaian atau kesalahan bank sebagai *mudharib.*Namun sebaliknya, dalam hal bank syariah (*mudharib)* melakukan kesalahan atau kelalaian dalam pengelolaan dana investor (*shahibul maal)*, maka bank syariah wajib mengganti semua dana investasi *mudharabah muthlaqah.*Jenis investasi *mudharabah muthlaqah*dalam aplikasi perbankan syariah dapat ditawarkan dalam produk tabungan dan deposito.

1. *Mudharabah Muqayyadah* (investasi terikat).

*Mudharabah muqayyadah* adalah mudharib dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu, dan tempat usahanya. Dengan adanya pembatasan tersebut seringkali mencerminkan kecenderungan umum *shahibul maal* dalam memasuki jenis dunia usahanya, atau kontrak kerja sama mudharabah yang memberikan batasan kepada pengelola dana dalam pengelolaan investasinya. Pelaporan atas *mudharabah muqayyadah* disajikan tersendiri dalam laporan perubahan investasi terikat sebagai investasi terikat dari nasabah.

*Mudharabah muqayyadah*terdapat dua bagian, yaitu *mudharabah muqayyadah on balance sheet*merupakan akad *mudharabah muqayyadah* yang mana *mudharib* ikut menanggung resiko atas kerugian dana yang di investasikan oleh *shahibul maal.* Dalam akad ini, *shahibul maal*memberikan batasan secara umum, misalnya batasan tentang jenis usaha, jangka waktu pembiayaan, dan sektor usahanya*Mudharabah muqayyadah off balance sheet* merupakan akad *mudharabah muqayyadah* ayng mana pihak *shahibul maal*memberikan batasan jelas, baik batasan tentang proyek yang diperolehkan, jangka waktu, serta pihak pelaksana pekerjaan.*Mudharibnya*telah ditetapkan oleh *shahibul maal.*Bank syariah bertindak sebagai pihak yang memertemukan antara *shahibul maal*dan *mudharib.* Bagi hasil yang akan dibagi antara *shahibul maal* dan *mudharib* berasal dari proyek khusus. Bank syariah, bertindak sebagai agen yang mempertemukan kedua belah pihak, dan akan memperoleh *fee*. dalam laporan keuangan, *mudharabah muqayyadah off balance sheet* akan dicatat dalam catatan atas laporan keungan.

1. **Rukun Mudharabah dan Objek Dalam Mudharabah**
2. **Rukun Mudharabah**

Mudharabah memiliki beberapa rukun yaitu :

1. Pelaku, terdiri atas : pemilik dana danpengelola dana.
2. Objek mudharabah, berupa : modal dan kerja.
3. Ijab Kabul/serah terima.
4. Nisbah Keuntungan
5. **Ketentuan syariah, adalah sebagai berikut.**
6. Pelaku (Transaktor ).

Investor biasa disebut dengan istilah *shahibul maal* atau *rabhul maal*, sedangkan pengelola modal biasa disebut dengan istilah *mudharib*. Memiliki kompetensi beraktivitas antara lain mampu membedakan yang baik dan yang buruk dan tidak dalam keadaan tercekal seperti:

1. Pelaku harus cakap hukum dan baligh.
2. Pelaku akad mudharabah dapat dilakukan sesama atau dengan nonmuslim.

Pemilik dana tidak boleh ikut campur dalam pengelolaan usaha tetapi ia boleh mengawasi.

1. Objek mudharabah (Modal dan Kerja)
	1. Modal
2. Modal yang diserahkan dapat berbentuk uang atau aset lainnya (dinilai sebesar nilai wajar), harus jelas jumlah dan jenisnya.
3. Modal harus tunai dan tidak utang.
4. Modal harus diketahui dengan jelas jumlahnya sehingga dapat dibedakan dari keuntungannya.
5. Pengelola dana tidak diperkenankan untuk memudharabahkan kembali modal mudharabahnya.
6. Pengelola dana tidak diperbolehkan untuk meminjamkan modal kepada orang lain kecuali atas seiizin pemilik dana.
7. Pengelola dana memiliki kebebasan untuk mengatur modal menurut kebijaksanaan dan pemikirannya sendiri, selama tidak dilarang secara syariah.
	1. Kerja
8. Kontribusi pengelola dana dapat berbentuk keahlian, keterampilan, *Selling skill, management skill* dan lain-lain.
9. Kerja adalah hak pengelola dana dan tidak boleh diintervensi oleh pemilik dana.
10. Pengelola dana harus menjalankan usaha sesuai dengan syariah.
11. Pengelola dana harus mematuhi semua ketetapan yang ada dalam kontrak.
12. Dalam hal pemilik dana tidak boleh melakukan kewajiban atau melakukan pelanggarang terhadap kesepakatan, pengelola dana sudah menerima modal dan sudah bekerja maka pengelola dana berhak mendapatkan imbalan/ganti rugi/upah.
	1. **Ijab dan Kabul**

Ijab dan kabul atau persetujuan kedua belah pihak dalam mudharabah yang merupakan wujud dari prinsip sama-sama rela (an-taraddin minkum). Dalam hal ini, kedua belah pihak harus secara rela bersepakat unutk mengikatkan diri dalam akad mudharabah.

* 1. **Nisbah Keuntungan**

Nisbah keuntungan mencerminkan imbalan yang berhak diterima oleh kedua belah pihak yang terikat akad mudharabah. Syarat pembagian keuntungan dalam investasi mudharabah meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Nisbah adalah besaran yang digunakan untuk pembagian keuntungan, mencerminkan imbalan yang berhak diterima oleh kedua pihak yang bermudharabah atas keuntungan yang diperoleh. Nisbah keuntungan harus diketahui dengan jelas oleh kedua belah pihak dan bersifat proporsional atau dinyatakan dalam angka persentase (nisbah) dari keunutngan sesuai kesepakatan, inilah yang akan mencegah terjadinya perselisihan antara kedua belah pihak mengenai cara pembagian keuntungan.
2. Perubahan nisbah harus berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak
3. Pemilik dana tidak boleh meminta pembagian keuntungan dengan menyatakan nilai nominal tertentu karena dapat menimbulkan riba.
4. Harus diperuntukkan bagi kedua belah pihak dan tidak boleh disyaratkan hanya untuk satu pihak.
5. Penyedia dana menanggung semua kerugian dari *mudharabah* dan pengelola tidak boleh menanggung kerugian apa pun kecuali diakibatkan dari kesalahan disengaja, kelalaian, atau pelanggaran kesepakatan.
6. Sekiranya terjadi kerugian yang disebabkan oleh kelalaian *mudharib*, maka *mudharib* wajib menanggung segala kerugian tersebut.
7. **Objek Dalam Mudharabah**

Objek mudharabah meliputi mudal atau usaha. Pemilik modal menyerahkan modalnya sebagai objek *mudharabah*, sedangkan pelaksana usaha menyerahkan kerjanya sebagai objek *mudharabah*. Modal yang diserahkan dapat berbentuk uang atau barang yang dirinci berapa nilai uangnya. Modal tidak dapat berbentuk piutang dan harus dibayarkan kepada *mudharib*, baik secara bertahap maupun tidak sesuai dengan kesepakatan dalam akad. Kerja yang dapat diserahkan dapat berbentuk keahlian maupun keterampilan lainnya. Tanpa dua objek ini *mudharabah* tidak dibenarkan. Fatwa Dewan Syari’ah Nasional Nomor 7 Tahun 2000 tentang investasi *mudharabah* menyatakan bahwa kegiatan usaha oleh pengelola (*mudharib*) sebagai perimbangan modal yang disediakan oleh penyedia dana harus memperhatikan hal-hal berikut.

1. Kegiatan usaha adalah hak eksklusif *mudharib*, tanpa campur tangan penyedia dana, tetapi ia mempunyai hak untuk melakukan pengawasan.
2. Penyedia dana tidak boleh mempersempit tindakan pengelola sedemikian rupa yang dapat menghalangi tercapainya tujuan mudharabah, yaitu keuntungan.
3. Pengelola tidak boleh menyalahi hukum syari’ah islam dalam tindakan yang berhubungan dengan *mudharabah* dan harus mematuhi kebiasaan yang berlaku dalam aktivitas ini.
4. **Akad Mudharabah Muthlaqah Pada Bank Syariah**

Akad mudharabah dalam Perbankan biasanya diterapkan pada produk-produk pembiayaan dan pendanaan. Pada sisi penghimpunan dana, Al-mudharabah diterapkan pada Tabungan berjangka, yaitu tabungan yang dimaksudkan untuk tujuan khusus, seperti tabungan haji, tabungan Qurban, dan sebagainya.

Ada 2 macam depositi dalam bank syariah yaitu:
1)Deposito biasa
2) Deposito special (Special investment) dimana dana yang dititipkan nasabah khusus untuk bisnis tertentu, misalnya murabahah saja. Sedangkan pada sisi pembiayaan, mudharabah diterapkan untuk 1) pembiayaan modal kerja, seperti modal kerja perdagangan dan jasa 2) investasi khusus: disebut juga mudharabah muqayyadah, dimana sumber dana khusus dengan penyaluran yang khusus dengan syarat-ayarat yang telah ditetapkan oleh shohibul maal.

**METODE PENELITIAN**

Metode berarti cara yang dipergunakan seorang peneliti di dalam usaha memecahkan masalah yang diteliti. Oleh sebab penelitian merupakan kegiatan ilmiah, metode harus sistematis atau prosedural. Maksud dari sistematis disini yaitu seseorang peneliti harus bekerja secara teratur di dalam upaya memecahkan masalah.

Peran dalam metode penelitian ini sangatlah penting di dalam penelitian, yaitu untuk: 1) Menghindari cara pemecahan masalah dan cara berpikir yang spekulatif. 2) Menghindari cara pemecahan atau cara bekerja yang bersifat *trial and error*. 3) Meningkatkan sifat objektivitas dalam menggali kebenaran pengetahuan.

Berikut ini akan dibahas mengenai pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran penelitian, lokasi penelitian, sumber-sumber dan tahap penelitian sebagai berikut :

1. **Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Dalam penelitian dikenal dengan dua pendekatan yang digunakan untuk melakukan penelitian yaitu pendekatan secara kualitatif dan pendekatan kuantitatif.Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif ini cenderung bersifat deskriptif. Menurut Bogdan dan Taylor mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis/lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sehingga dalam penelitian kualitatif ini lebih difokuskan terhadap fakta yang terjadi di lapangan dan landasan teori sebagai pemandu agar memperoleh kebenaran yang sesuai.

Dalam penelitian kualitatif, identitas dan peran informan serta informasi-informasi yang disampaikan menjadi hal-hal yang berharga sehingga peneliti harus memiliki tanggungjawab untuk memperlakukan identitas diri dan informasi yang disampaikan oleh informan. Identitas dan informasi tersebut dapat dibuka atau tertutup untuk khalayak, tergantung dari kesepakatan antara peneliti dan informan yang tertulis dalam formulir kesepakatan (*consent form*). Peneliti boleh membuka identitas selama informan sepakat dan peneliti juga harus menghargai keputusan apabila informan ingin identitasnya dilindungi.

Sedangkan jenis penelitiannya, peneliti menggunakan jenis fenomenologi. Dimana peneliti mempunyai keinginan untuk mengungkapkan fenomena yang sedang berkembang di lapangan dan menjadi objek yang mempunyai daya ketertarikan untuk dijadikan suatu penelitian. Sedangkan fenomina ini berasal dari kata Yunani yang berarti *things appearing,* yakni apa yang tampak, tetapi dalam pandangan Husserl, penggagas ide tersebut, apa yang tampak bukanlah dipahami sebagai objek yang tampak oleh indra visual kita.

1. **Sumber Data**

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.Lofland dan Lofland, berpendapat bahwa sumber data dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan dan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Dalam penelitian ini sudah jelas bahwa data utamanya adalah peryataan atau jawaban yang disampaikan oleh subyek penelitian berdasarkan pertanyaan yang ditujukan peneliti dengan merujuk pada fokus yang ada sebagai pedoman. Jadi sumber data pada penelitian ini adalah manusia (yaitu pimpinan BMT, pegawai BMT bagian pemasaran dan nasabah simpanan mudharabah) dan data tambahan yaitu non manusia (dokumen yang berupa catatan tentang hal-hal yang berhubungan dengan strategi rekrutmen nasabah melalui simpanan *mudharabah*).

Adapun, sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer berupa hasil wawancara dengan informan yang terfokus terhdapap istrument wawancara. Sedangkan data sekunder diperoleh dari observasi dan dokumen seperti catatan dan foto-foto kegiatan yang berkaitan dengan fokus penelitian.

**ANALISIS DATA**

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dan dokumen berupa gambar maupun foto. Analisis data dalam penelitian kualitatif lebih difokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data dan setelah pengumpulan data.

Miles and Huberman di dalam bukunya Sugiyono mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

1. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flow chart* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan dalam penyajian data adalah dengan teks yang bersifat naratif. Sehingga, dengan menyajikan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

1. *Conclusion Drawing*/*Verification*

Langkah ketiga yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

**PEMBAHASAN**

BMT syariah merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang memiliki aktifitas yang sama dengan lembaga keuangan non bank. Perbedaan antara BMT dengan bank adalah dari segi fasilitas yang diberikan saja seperti bank dapat melayani lalu lintas pembayaran sedangkan BMT tidak bisa melayani lalu lintas pembayaran.

BMT UGT Sidogiri merupakan salah satu BMT syariah yang ada di Kabupaten Pamekasan. BMT UGT Sidogiri memiliki beberapa produk yang dapat ditwarkan terhadap masyarakat. Masyarakat dapat milih produk apa yang akan mereka gunakan.

Produk di BMT UGT Sidogiri ada dua macam yaitu simpanan dan pembiayaan. Simpanan di BMT UGT Sidogiri terbagi menjadi empat macam yaitu simpanan pendidikan, simpanan *mudharabah*, simpanan qurban, dan simpanan berjangka(deposito), sedangkan produk pembiyaan ternbagi menjadi tiga macam yaitu gadai, *qordul hasan*, dan *murabahah*.

*Mudharabah* merupakan salah satu akad kerjasama kemitraan berdasarkan prinsip berbagi untung dan rugi (*profit and loss sharing principle*), sedangkan simpanan *mudharabah* merupakan produk simpanan yang cukup diminati oleh masyarakat sekitar. Mayarakat yang berminat untuk menggunakan produk simpanan *mudharabah* yang dimiliki oleh BMT UGT Sidogiri berjumalah 1970 (seribu sembilan ratus tujuh). Dengan ruang lingkup yang lebih kecil dari pada lembaga keuangn lainnya dan dengan keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki oleh BMT UGT Sidogiri, tentu ini dibutuhkan sebuah staregi pemasaran yang tepat dalam merekrutmen nasabah simpanan *mudharabah* sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan simpanan mudharabah yang dimiliki oleh BMT UGT Sidogiri.

1. Bagaimana bentuk strategi rekrutmen nasabah melalui simpanan *mudharabah* di BMT UGT Sidogiri Desa Plakpak Pegantenan Pamekasan?

 BMT UGT Sidogiri dalam strategi rekrutmen nasabah melalui simpanan mudharah menggunakan lima cara yaitu membangun reputasi, malakukan kegiatan promosi, memberikan hadiah, meningkatkan kualitas pelayanan, dan menawarkan kemudahan bagi masyarakat.

1. Membangun reputasi

 Reputasi perusahaan merupakan salah satu faktor pendoron nasabah berkeinginan untuk menjadi anggota atau nasabah di beberapa lembaga keuangan tidak terkecuali di BMT UGT Sidogiri. reputasi merupakan salah satu elemen yang terpenting yang dimiliki oleh BMT UGT Sidogiri, karena dengan reputasi yang baik maka, masyarakat akan berkeinginan untuk menjadi nasabah di BMT UGT Sidogiri.

 BMT UGT Sidogiri dalam membangun reputasi yang baik melakukan beberapa kegitan yang tidak memiliki nilai komersil. Kegiatan tersebut seperti kegiatan sosial contoh sunnatan masal dan pembagian daging kurban. Kegitan ini tidak memiliki nilai komersil akan tetapi kegiatan ini akan memberikan dampak yang siginfikan terhadap citra reputasi yang baik bagi BMT UGT Sidogiri.

 BMT UGT Sidogiri setelah memperoleh citra atau reputasi yang baik maka akan ada keninginan bagi masyarakat untuk menjadi anggota atau nasabah di BMT UGT Sidogiri

1. Melakukan Kegiatan Promosi

Kegiatan promosi adalah kegitan yang memiliki tujuan untuk memperkanal produk yang dimiliki oleh perusahaan. Kegiatan promosi juga di terapkan oleh pihak BMT UGT Sidogiri.

 BMT UGT Sidogiri dalam melakukan kegiatan promosi malakukan beberapa cara seperti membuat benner, membuat kalender, membuat akun feebook dan brosur. Kegitan promosi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk BMT UGT Sidogiri kepada masyarakat, sehingga setelah masyarakat telah mengetahui tentang produk yang dimiliki oleh BMT UGT Sidogiri maka masayarakat akan tertarik untuk menggunkan produk tersebut.

1. Memberikan hadiah

 Hadiah merupakan salah satu cara untuk menarik minat mayarakat untuk menjadi anggota atau nasabah di beberapa lembaga keuanga tidak terkecuali di BMT UGT Sidogiri.

BMT UGT Sidogiri juga memberikan hadiah bagi nasabah yang memiliki jumlah saldo atau tabungan yang paling tinggi. Penggunaan hadiah dipilih oleh BMT UGT Sidogiri bertujuan untuk menarik minat masyarakat luas dan para anggota atau nasabahnya. Hadiah bagi masyarakat luas akan menajadi rangsangan agar masyarakat yang tadinya tidak menggunkan produk yang dimiliki oleh BMT UGT Sidogiri setelah mendengar akan adanya hadiah yang ditawarkan oleh BMT UGT Sidogiri maka masyarakat akan menggunkan produknya.

Bagi para anggota atau nasabah, hadiah akan menjadi pemicu atau menjadi gairah untuk semakin giat atau semakin memperbanyak jumlah saldo atau rekening yang mereka miliki di BMT UGT Sidogiri.

1. Meningkatkan pelayanan

 Pelayanan merupakan salah satu elemen yang terpenting dalam proses kegiatan yang terdapat di beberapa perusahaan tidak terkecuali di BMT UGT Sidogiri. BMT UGT Sidogiri akan memberikan pelayanan yang baik bagi para nasabahnya sehingga ketika nasabah merasakan pelayanan yang baik maka mereka akan mereasa puas terhadap pelayanan yang telah diberikan. Ketika nasabah merasakan kepuasan terhadap palayanan yang telah diberikan maka mereka akan menceritakan terhadap para anggota atau keluarnya dan akan mengajak anggota keuarga untuk menjadi anggota atau nasabah di BMT UGT Sidogiri.

 BMT UGT Sidogiri untuk meningkatkan kulaitas pelayanan terhdap nasabah dan masyarakat luas yaitu miningkatkan kualias dari SDM yang merka miliki seperti malakukan beberapa pelatihan terhadap karyawannya seperti ikut seminar dan training. BMT UGT Sidogiri memiliki tujuan dengan mengikutkan para karyawannya adalah untuk meningkatkan kualitas dari pelayanan atau operasional yang ada di BMT UGT Sidogiri.

1. Menawarkan beberapa kemudahan.

Menawarkan beberapa kemudahan artinya Nasabah umumnya membutuhkan pelayanan yang mudah dan aman. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen ini, BMT bisa menawarkan berbagai fasilitas diantaranya adalah layanan mobile banking atau online banking. Adapun Kemudahan yang ditawarkan oleh beberapa lembaga keuangan merupakan salah satu daya tarik bagi masyarakat untuk menjadi anggota atau nasabah, begitu pula di BMT UGT Sidogiri.

 Kemudahan yang ditawarkan oleh BMT UGT Sidogiri terhadap masyarakat merupakan salah satu elemen yang terpenting bagi daya tarik masyarakat untuk menjadi nasabah di BMT UGT Sidogiri. BMT UGT Sidogiri dengan kemudahan yang ditawarkan, akan membuat masayarakat tidak kesulitas dalam proses administrasi seperti dalam proses pendaftaran.Kemudahan disini akan membuat masyarakat akan tertarik untuk menggunakan produk yang dimiliki oleh BMT UGT Sidogiri karena meraka tidak kesulitan untuk memenuhi persyaratan-persyaratan yang telah ditentukan.

1. Sejauh mana efektivitas strategi rekrutmen nasabah melalui simpanan *mudharabah* di BMT UGT Sidogiri Desa Plakpak Pegantenan Pamekasan?

Efektifitas adalah adalah hubungan antara keluaran suatu pusat pertanggung jawaban dengan sasaran yang harus dicapainya. Semakin besar kontribusi keluaran yang dihasilkan terhadap nilai pencapaian sasaran tersebut, maka dapat dikatakan semakin efektif pula unit tersebut. Di BMT UGT Sidogiri untuk mengetahui sejauh mana efektifasnya dalam rekrutmen nasabah simpanam mudarabah menggunakan konsep efektivitas strategi rekrutmen nasabah dengan beberapa prinsip yaitu prisnip skelar, prinsip kesatuan perintah, Tanggung Jawab, Kewenangan, dan Pertanggungjawabkan.

1. Prisnip skelar

Prinsip skelar adalah merujuk kepada pedoman bahwa dalam sebuah proses pendlegasian atau pelimpahan wewenang, harus ada garis wewenang yang jelas dari hierarki yang tertinggi hingga hierarki yang terindah. BMT Syriah Nuri dalam memberikan tugas harus sesuai dengan tugas atau garis koordinasinya sehinga efektifats di BMT UGT Sidogiri dapat berjalan dengan apa yang telah direncanakan. Penerapan prinsip skela memiliki tujuan untuk menghindari yaitu :

1. Kesenjangan (*gap*) di mana tugas-tugas tidak ada yang mengerjakan. Prinsip skelar memiliki tujuan bahwa setiap perkerjaan harus dikerjakan oleh para pegawai, sehinga setiap pekerjaan tidak saling tumpah tindih dan pekerjaan tersebut tidak terbelengkalai.
2. Tumpang tindih (*overlaps*) di mana tugas-tugas saling bertindihan dalam hal pengerjaannya. Prinsip skelat juga bertujuan untuk menghindari dari saling bertindihan para pegawai dalam mengerjakan perkerjaannya, sehingga setiap pegawai dapat menyelesaikan tugas-tugas yang telah diberikan.
3. Perintah berganda (*splits of command*) di mana tugas yang sama diberikan kepada bagian organisasi yang berbedabeda.prinsip skelar juga bertujuan untuk menghindari dari satu pekerjaan dikerjakan oleh dua jabatan atau lebih sihingga para pegawai dapat mengerjakan tugas-tugas yang lain.
4. Prinsip Kesatuan Perintah (*Unity Of Command*)

Prinsip ini merujuk kepada pandanagan bahwa setiap bawahan semestinya melapor atau mempertanggung jawabkan hanya kepada satu atasan yang memberikan kewenangan kepadanya, oleh karena itu juga, perintah semestinya berasal dari satu sumber, agar jelas siapa yang memberikan kwenangan dan kepada siapa harus dipertanggungjawabkan. Karyawan di BMT UGT Sidogiriharus melaporkan atas apa yang telah di kerjakan dan hasil dari apa yang telah dikerjakan, hal ini bertujuan agar para pimpinan mengetahui apa saja yang telah dilakukan oleh para pegawainya dan juga mengetahuhi apa saja yang telah dikerjakan oleh para pegawainya. Hasil laporan tersebut dapat menjadi bahan evaluasi bagi BMT UGT Sidogiri untuk berkembang dan lebih baik kedepannya.

1. Tanggung Jawab, Kewenangan, dan Pertanggungjawabkan

 Prinsip ini beranggapan bawa pelimpahan wewenang dilakukan untuk memperjelas siapa yang akan bertanggung jawab atas suatu pekerjaan dan kewenangan seperti apa. Dengan adanya kejelasan ini, maka proses pertanggungg jawaban dari apa yang telah didelegasiakan juga akan menjadi lebih mudah dan jelas. BMT UGT Sidogiri dalam proses pelimpahan wewenang bertujuan utuk mengetahui siapa yang bertanggung jawab atas setiap pekerjan yang telah dilakukan. Ketikan sudah ada pelimpahan yang jelas secara otomatis diketahui siapa yang bertanggung jawab terhadap setiap pekerjaan yang telah dilakukan.

BMT UGT Sidogiri dengan beberapa efektifitas rekrutmen nasabah dengan teori klasik ini diharapkan dapat meningkatkan minat masyakat untuk menjadi anggota atau sering dikenal dengan nasabah.

**KESIMPULAN**

Hasil penelitian dan pembahasan tentang Strategi Rekrutmen Nasabah Melalui Simpanan *Mudharabah*di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan Jl. Dirgahayu no 02 Bugih Pamekasan, dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Dalam BMT UGT Sidogiri dalam merekrut nasabah pada simpanan mudharabah telah melakukan kegiatan seperti membangun reputasi, melakukan kegitan promosi, memberikah hadiah, meningkatkan kualitas pelayanan dan menawarkan kemudahan.2)Adapun strategi rekrutmen nasabah melalui simpanan *mudharabah* di BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan Jl. Dirgahayu no 02 Bugih Pamekasan berjalan secara efektif hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip efektivitas dalam rekrutmen nasabah yaitu prinsip skelar, prinsip kesatuan perintah dan pertanggung jawaban.

1. **Saran**
2. kepada pihak BMT UGT Sidogiri untuk mempertahankan reputasinya karena selama ini sudah mendapat respon yang baik dari masyarakat.
3. Hendaknya lebih dikembangkan lagi kepada skala yang lebih luas baik secara kualitatif maupun kuantitatif sehigga betul-betul tumbuh dan berkembang dari, oleh, dan untuk masyarakat.

**DAFTAR RUJUKAN**

Adrian Stedi, 2009. *Perbankansyariah.*Indonesia: Ghalia Indonesia.

Ali Mauludi, 2014. *Tehnik Memahami Akuntansi Perbankan Syari’ah.* Jakarta:Alim’s publishing.

Buna’i. 2006. *Metodologi Penelitian Pendidikan.* Pamekasan: Stain Press.

GendroSalim, 2010. *Neuro Entrepreneurship.*Jakarta:sinergi media.

GitosudarmoIndriyo, 2001. *ManajemenStrategis.* Yogyakarta: Anggota IKAPI.

Ilmi Makhalul.2002.*Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syari’ah*. Yogyakarta: UII PRESS.

Malayu dan Hasibuan, 2005.*ManajemenDasar, Pengertian, danMasalah.* Jakarta:BumiAksara.

Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Suryani Tatik, dkk. 2008. *Manajemen BMT.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Siswantoro. 2010. *metode penelitian sastra analisis struktur puisi*. Yogyakarta: pustaka pelajar.

Tjiptono Fandy. 2002. *Strategi Bisnis.*Yogyakarta : Andi Offset.

Wasilah Nurhayati. 2011. *Akutansi Syariah di Indonesia.* Jakarta: Slamba Empat.

Yaya Rizal, dkk. 2009. *Akuntansi Perbankan syariah*. Jakarta: Selamba Empat.