

## ABSTRAK

**Raisa Sabatini.** Strategi Manajemen Pada Pembiayaan (*Financing-Lending*) dalam Upaya Pengembangan Dakwah (*Studi Deskriptif di BMT BARRAH Jl.Kiara Sari Asri No. 10 Bandung*).

Strategi manajemen pembiayaan sangatlah penting untuk lembaga keuangan, yaitu untuk mengoptimalkan kinerja karyawan dalam mewujudkan pembiayaan yang efektif dan efisien. Dalam lembaga dakwah kesejahteraan nasabah dan pengembangan dakwah merupakan wujud keberhasilan dari strategi manajemen pembiayaan. Maka diperlukan strategi fungsional yaitu strategi yang lebih bersifat teknis. Begitupun dengan BMT yang merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang bertujuan untuk pengembangan dakwah dan kesejahteraan nasabah melalui pembiayaan akan berkembang jika strategi fungsional dapat direalisasikan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi fungsional yang diterapkan pada pembiayaan BMT Barrah, pengelolaan pembiayaan dalam pengembangan dakwah dan peranan pembiayaan terhadap kesejahteraan nasabah BMT Barrah.

Strategi fungsional diterapkan dengan strategi pemasaran, strategi produksi dan operasi, strategi sumber daya manusia, strategi teknologi dan sistem informasi. Dari keempat strategi ini dapat mengoptimalkan kinerja lembaga sehingga produk lembaga (pembiayaan) dapat dikenal oleh masyarakat, tujuan lembaga dalam mensejahterakan nasabah dan pengembangan dakwah dapat terealisasi dengan baik. Adapun cara untuk pengembangan dakwah adalah *coach* yaitu kegiatan latihan yang bersifat dakwah untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan anggota organisasi.

Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Sedangkan analisis data pada penelitian ini adalah deduktif empiris dan penafsiran logika yang dihubungkan dengan konteks manajemen dakwah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BMT Barrah melakukan strategi fungsional pembiayaan dengan strategi pemasaran yang meliputi segmentasi, *targeting* dan *positioning*, strategi produksi dan operasi meliputi produk-produk pembiayaan dan sistem penyampaian produk pembiayaan terhadap masyarakat, strategi SDM meliputi Perekrutan, *on the job training*, penempatan, *training and development*, kompensasi, *performance appraisal*, pelepasan, sedangkan strategi teknologi dan sistem informasi BMT Barrah terdiri dari sistem komputerisasi lembaga dan sistem informasi pesaing, nasabah serta kepuasan nasabah. Selain itu, pengembangan dakwah BMT Barrah melalui pembiayaan dilakukan dengan pelatihan dan pembinaan pada segi internal (karyawan) yaitu samakan persepsi, program-program, membantu rasa percaya diri da'i, membuat penjelasan yang berarti, memberikan kesempatan untuk mempraktikkan secara umpan balik, memeriksa program pelatihan itu berhasil, mendorong aplikasi dari keterampilan dalam kerja dakwah. Sedangkan pengembangan dakwah eksternal (nasabah) dilakukan dengan pelatihan dan pembinaan terhadap nasabah agar lebih terarah dalam pembiayaan yang digunakannya sesuai dengan syariat Islam. Maka dari itu, dari aktivitas pembiayaan tersebut dapat menghasilkan kesejahteraan pada nasabah BMT Barrah.