

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Dalam kurun waktu dua dekade terakhir, perkembangan industri jasa keuangan syariah di Indonesia telah mengalami kemajuan yang pesat dan berkualitas. Diawali dengan berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1992, industri jasa keuangan syariah mulai bergeliat dan berkembang dengan penuh optimisme dan prospek cerah. Setelah berdirinya BMI timbul peluang untuk mendirikan lembaga keuangan yang berprinsip syariah. Operasional BMI sebagai Bank Umum Syariah selama ini dirasa kurang mampu menjangkau masyarakat kecil dan menengah. Oleh sebab itu, muncul usaha untuk mendirikan lembaga keuangan mikro syariah berjenis koperasi yang mampu menjangkau masyarakat kecil dengan tujuan pemerataan pembangunan yang berkeadilan.

Dalam keputusan menteri terbaru, lembaga keuangan mikro syariah yang berjenis koperasi disebut dengan istilah Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dengan mengakomodir prinsip Baitul Mal wat Tamwil (BMT). Hingga akhir 2012, terdapat 3.900 BMT yang tersebar di seluruh Indonesia. Dari jumlah tersebut, sebanyak 206 BMT bergabung dalam Asosiasi BMT Seluruh

Indonesia (ABSINDO) dengan total aset hingga akhir 2011 mencapai Rp. 3,6 triliun.<sup>1</sup>

Salah satu aktivitas BMT adalah menyalurkan dana kepada anggota melalui berbagai macam pembiayaan, diantaranya murabahah, bai' bitsamanil ajil, qardul hasan (jual beli), mudharabah, musyarakah. Dalam penyaluran dana BMT, sangat diperlukan penerapan-penerapan yang mencerminkan keadilan, amanah, jujur dan profesional untuk melakukan sistem bagi hasil. Untuk menghitung bagi hasil dari dana yang diberikan oleh BMT didasarkan pada nisbah keuntungan yang disepakati antara pihak BMT dengan anggota. Di antara produk-produk BMT yang paling diminati adalah produk Murabahah, hal ini disebabkan karena pada prakteknya lebih simple dan mudah di aplikasikan pada masyarakat, bila dibandingkan dengan akad-akad yang lain seperti mudharabah yang harus menghitung bagi hasil setiap bulan yang tidak tentu besarnya.

Pada awal sejarahnya, murabahah adalah akad jual beli barang dengan cara menginformasikan harga pokok dan mark-up yang disepakati penjual dan pembeli. Berdasarkan ijtihad sebagian ulama Islam kontemporer, murabahah kemudian mengalami transformasi menjadi salah satu instrumen pembiayaan, bahkan pada akhirnya menjadi akad yang paling banyak diimplementasikan Lembaga Keuangan Islam. Murabahah sebagai akad pembiayaan diizinkan, karena sistem bagi hasil yang sejak awal dirancang sebagai *core product* LKS ternyata mengalami banyak hambatan dalam wilayah praksis. Lembaga

---

<sup>1</sup> Berita “Aset BMT Tumbuh Signifikan”. Sumber : <http://www.tempo.co/read/news/2012/11/07/089440268/>. Diakses Jum'at, 11 April 2014, pukul 19.45 WIB.

Keuangan Syariah (LKS), juga telah menggunakan akad *murabahah* dalam operasional pembiayaannya dan juga telah memperluas cakupan dan tingkat penggunaan akad ini. Seperti yang telah di jelaskan dalam Alqur'an surat Al-Baqarah ayat 275 :



*“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”* (QS. Al-Baqarah : 275)

Walaupun sejak awal disadari bahwa *murabahah* bukanlah akad ideal, namun dalam prakteknya akad ini menjadi yang paling banyak dan paling

populer dipraktikkan LKS terutama di Indonesia yang hampir mencapai 70-80% dari portofolio pembiayaan yang digulirkannya karena beberapa alasan: <sup>2</sup>

- 1). *Murabahah* adalah suatu mekanisme pembiayaan jangka pendek hingga jika dibandingkan dengan mekanisme bagi hasil dalam *mudharabah* dan *musyarakah*, cukup mudah untuk diimplementasikan.
- 2). Margin dalam *murabahah* dapat ditetapkan kepastian jumlahnya sehingga LKS memperoleh keuntungan yang tetap dan dapat diprediksi.
- 3). *Murabahah* tidak mengandung unsur ketidakpastian sebagaimana yang bisa terjadi di sistem bagi hasil karena *murabahah* dianalogikan dengan pembiayaan konsumtif.

Sedangkan dalam strategi dalam penyaluran dananya adalah sebagai berikut :

- a) Meningkatkan kualitas sumber daya insani (SDM), agar memiliki menjadi insan yang unggul dan kompeten.
- b) Melakukan pengembangan pasar dengan membuat dan memodifikasi produk-produk pembiayaan sehingga menarik masyarakat untuk memilih pembiayaan secara *murabahah*.
- c) Pintar mencari peluang yang dapat menambah jumlah dana, diantaranya menerapkan hasil keuntungan yang lebih besar dari bank konvensional.

Sebagai salah satu Lembaga Keuangan Syariah, BMT BISMILLAH merasa turut bertanggung jawab untuk menumbuhkan partisipasi masyarakat dalam bidang sosial, ekonomi, budaya, lingkungan, teknologi dan informasi, serta memberdayakan dan memajukan perekonomian rakyat

---

<sup>2</sup> Wiroso. *Jual Beli Murabahah*, UII Press, Yogyakarta, 2005. Hlm 19

yang dilandasi semangat kerjasama dan dijiwai sifat profesionalisme dengan berpegang teguh kepada prinsip kejujuran, kebenaran, keadilan dan tanggung jawab.

Dalam pelaksanaannya, BMT Bismillah selalu memperbaiki diri dan terus berperang melawan ekonomi ribawi serta senantiasa berdakwah sebagai salah satu media promosi untuk menolong kepentingan orang banyak, khususnya kelas menengah kebawah. Adapun berbagai produk pembiayaannya antara lain yaitu : mudharabah, musayarakah, murabahah, salam, istishna dan akad-akad lainnya sesuai prinsip syariah.

Murabahah sebagai produk yang paling diminati anggota BMT Bismillah, hal ini terbukti karena presentase pembiayaan murabahah di BMT Bismillah mencapai 85%. Walaupun pada kenyataannya, masih terdapat hambatan-hambatan pada manajemen marketing yang kurang efektif dalam mempromosikan produk-produknya, akan tetapi tidak membuat produk ini turun daun dan tetap menjadi produk unggulan BMT Bismillah.

Oleh Sebab itu penulis tertarik untuk mempelajari dan mencari tahu lebih dalam mengenai **“ANALISIS MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BMT BISMILLAH SUKOREJO”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan, maka dapat dirumuskan permasalahan **“Bagaimanakah manajemen pemasaran produk pembiayaan Murabahah di BMT Bismillah Sukorejo?”**

### **1.3. Tujuan Penulisan**

Tujuan dari penulisan karya tulis ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1** Mengkaji penerapan manajemen & mengetahui keberhasilan penerapan manajemen pemasaran produk pembiayaan murabahah di BMT Bismillah Sukorejo.
- 1.3.2** Mengetahui hasil analisis manajemen pemasaran produk pembiayaan murabahah di BMT Bismillah Sukorejo.

### **1.4. Manfaat Penulisan**

Hasil penulisan ini diharapkan dapat digunakan sebagai solusi dalam mengatasi permasalahan.

- a. Bagi Perguruan Tinggi

Ikut Serta dalam mengimplementasikan Tri Dharma Perguruan Tinggi

- b. Bagi program studi

Menjadi bahan rujukan dan informasi penelitian tugas akhir di masa mendatang.

- c. Bagi BMT Bismillah

Dapat menjadi bahan rujukan atau pertimbangan tentang penerapan manajemen pemasaran produk pembiayaan murabahah di BMT Bismillah.

## 1.5. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian skripsi yang dilakukan oleh Herry Aslam Wahid yang berjudul “Studi Analisis Pemikiran Muhammad Syakir Sula Tentang Model Spiritual Marketing dan Implementasinya dalam Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Bank Muamalat Indonesia Semarang)” pada tahun 2011 dengan menggunakan metodologi penelitian kualitatif menunjukkan bahwa ditemukan bahwa penerapan konsep spiritual marketing di berbagai industri bisnis memiliki peluang yang besar mengingat kondisi masyarakat Indonesia yang telah mengalami kejenuhan dengan praktek praktek bisnis yang sudah jauh dari nilai bisnis yang sesungguhnya, kejujuran, transparansi dan keadilan.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Saiful Mujab pada tahun 2013 dengan judul “Penerapan Marketing Syari’ah Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Produk Saja’ah di BMT (Baitul Māl Wat Tamwīl) Mitra Hasanah Semarang” menunjukkan pertama, bahwa penerapan marketing syari’ah sangat mempengaruhi meningkatnya minat nasabah menggunakan produk yang ada di BMT Mitra Hasanah dan di BMT maupun bank syari’ah yang lainnya. Kedua, bahwa penerapan marketing syari’ah tidak akan maksimal tanpa adanya strategi khusus yang ada di BMT tersebut, dan strategi yang digunakan harus syar’iah tidak boleh keluar dari prinsip-prinsip dasar marketing syari’ah.

Oleh karena itu, berdasarkan kedua penelitian tersebut, dalam Tugas Akhir ini peneliti mencari dan menganalisa strategi manajemen pemasaran produk pembiayaan murabahah di BMT BISMILLAH Sukorejo dalam rangka meningkatkan aset dan pelayanan BMT kepada anggota dan calon anggota.

## 1.6. Metodologi Penelitian

Untuk mendapatkan data yang jelas (valid) dalam penelitian ini, maka penulis akan menggunakan identifikasi sebagai berikut:

### 1.6.1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis/ lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.<sup>3</sup>

### 1.6.2. Metode Pengumpulan Data

Dalam penyusunan Tugas Akhir, data merupakan bagian yang sangat penting. Oleh karena itu, data yang dikumpulkan harus akurat, komprehensif dan relevan bagi persoalan yang diteliti. Dalam Metodologi Pengumpulan data ini terdapat berbagai cara yang digunakan. Metodologi yang digunakan sebagai berikut:

#### a) Observasi

Metode ini atau yang sering disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra.<sup>4</sup> Teknik dilakukan dengan cara mengumpulkan data dengan cara mengamati langsung terhadap objek di lapangan yang menjadi fokus penelitian dan mengetahui sistem kerja

---

<sup>3</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Roda Karya, 2009, hlm. 4.

<sup>4</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 1996, hlm. 199.

tentang analisis manajemen pemasaran produk pembiayaan murabahah di BMT Bismillah Sukorejo.

b) Dokumentasi

Yaitu dengan cara mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda, dan sebagainya.<sup>5</sup> Dengan metode ini penulis mendapatkan data mengenai analisis manajemen pemasaran produk pembiayaan murabahah di BMT Bismillah Sukorejo.

c) Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>6</sup> Wawancara tersebut dilakukan dengan cara tanya jawab kepada manajemen BMT Bismillah Sukorejo. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi penyimpangan atau salah pengertian mengenai permasalahan yang diangkat.

### 1.6.3. Sumber Data

a) Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu maupun perseorangan, seperti hasil wawancara atau

---

<sup>5</sup> Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Yogyakarta, Rineka Cipta, 1993, hlm. 202.

<sup>6</sup> Lexy J. Moleong, *Op Cit*, hlm. 186.

hasil pengisian kuesioner.<sup>7</sup> Dengan data ini penulis mendapatkan gambaran umum.

b) Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain.<sup>8</sup> Dengan metode ini penulis mendapatkan data lampiran yang mendukung.

#### 1.6.4. Analisis Data

Dari data-data yang terkumpul, penulis berusaha menganalisis data tersebut. Dalam menganalisa data, penulis menggunakan teknik analisis deskriptif yaitu data-data yang diperoleh kemudian dituangkan dalam bentuk kata-kata maupun gambar kemudian dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan yang realistis. Metode ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang menyangkut sesuatu pada saat berlangsungnya proses penelitian.<sup>9</sup>

### 1.7. Sistematika Penulisan

Untuk memberi kemudahan dalam memahami rencana tugas akhir, maka penulis menguraikan susunan penulisan secara sistematis, adalah sebagai berikut:

#### BAB I: PENDAHULUAN

---

<sup>7</sup> Husein Umar, *Research Methods In Finance And Banking*, Jakarta : PT Grafindo Pustaka Utama, 2002, hlm. 82.

<sup>8</sup> *Ibid*, hlm. 46.

<sup>9</sup> *Ibid*, hlm. 47.

Pada Bab I ini, penulis mencoba menggambarkan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan, Manfaat Penulisan, Telaah Pustaka, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan tugas akhir yang mengangkat judul **“MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BMT BISMILLAH SUKOREJO”**.

## BAB II: GAMBARAN UMUM

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang gambaran umum KJKS BMT BISMILLAH Sukorejo terdiri atas: Sejarah, Visi dan Misi, Wilayah Kerja, Struktur Organisasi, Fungsi, Tugas dan Wewenang serta Produk-Produk KJKS BMT BISMILLAH Sukorejo.

## BAB III: PEMBAHASAN

Pada bab ketiga, penulis menganalisis objek penulisan dengan menggunakan metodologi penulisan dan sumber referensi yang relevan dan kredibel. Sehingga karya tulis ini mampu memberikan hasil penulisan yang maksimal dan ilmiah.

## BAB IV: KESIMPULAN

Bab terakhir merupakan kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran yang sifatnya ilmiah dan sistematis. Di mana saran tersebut memberikan hasil dan manfaat analisis penulisan yang positif bagi semua pihak.

