

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) terdiri dari dua istilah, yaitu *bait al-maal* dan *bait at-tamwil*. *Bait al-maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana non profit seperti zakat, infak dan shodaqoh. Sedangkan, *bait at-tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.¹ Di Indonesia istilah KJKS BMT berawal dari berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai sentral perekonomian yang benuansa Islam, timbul peluang untuk mendirikan lembaga keuangan syari'ah lainnya. Sehingga secara otomatis sistem perekonomian syari'ah telah mendapatkan tempat dalam kancah perekonomian di Indonesia.

Perkembangan ekonomi syari'ah tidak hanya berhenti pada tingkatan ekonomi makro, tetapi telah mulai menyentuh sektor paling bawah yaitu mikro. Lahirnya lembaga keuangan mikro syari'ah yang berorientasi sebagai lembaga sosial keagamaan, kemudian populer dengan istilah Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). Untuk diketahui bahwa BMI hanya menjangkau masyarakat menengah keatas, sehingga lahirnya KJKS BMT menjadi sebuah kepercayaan karena KJKS BMT lah yang bisa menjangkau masyarakat menengah kebawah. Peran KJKS BMT, selain membantu permodalan masyarakat menengah kebawah juga berfungsi sebagai lembaga yang dapat

¹ Nurul Huda, Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis*, Jakarta:Kencana, 2010, hlm.363

mengantarkan masyarakat yang berada di daerah-daerah terhindar dari sistem bunga yang diterapkan pada bank konvensional dan rentenir.²

Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS) BMT Al-Hikmah cabang Gunungpati merupakan salah satu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai lembaga intermediasi di tingkat mikro yang berbadan hukum koperasi yang di dalamnya terdapat *bait al-maal* dan *bait at-tamwil* dimana dalam operasionalnya dijalankan dengan menerapkan prinsip-prinsip syari'ah. KJKS BMT Al-Hikmah cabang Gunungpati, sebagaimana cabang di tempat lain memiliki dua produk yaitu produk simpanan dan pembiayaan. Dalam produk simpanan diantaranya seperti SIRELA (Simpanan Sukarela Lancar), SIMPEL (Simpanan Pelajar), SI SUQUR (Simpanan Sukarela Qurban), SI HAJI (Simpanan Sukarela Haji), SI UMROH (Simpanan Ibadah Umroh). Sedangkan dalam produk pembiayaan adalah pembiayaan multi barang dengan prinsip jual beli mubahah, pembiayaan multi jasa dengan prinsip jasa ijarah, pembiayaan mitra usaha dengan kerjasama mudharabah atau musyarakah dan SI GADIS (Gadai Syari'ah).

Dewasa ini kehidupan bisnis KJKS BMT Al-Hikmah cabang Gunungpati ditentukan berjalan tidaknya produk-produk yang dijual kepada anggota maupun calon anggota. Pihak KJKS BMT harus pintar-pintar dalam menentukan strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan anggota dan tentunya terus membandingkan strategi promosi dengan pesaing lainnya. Strategi yang digunakan KJKS BMT yaitu dengan memasuki

² Ahmad Sumiyanto, *BMT Menuju Koperasi Modern*, Yogyakarta:PT.ISES Consulting Indonesia, 2008, hlm.23

pasar-pasar, sekolah, tempat usaha sekitar KJKS BMT dan lingkungan sekitar lainnya. Dengan cara ini diharapkan KJKS BMT dapat bisa bersaing dengan lembaga keuangan lainnya yang sudah berdiri lebih dulu.

KJKS BMT sulit berkembang, penyebabnya adalah karena masih banyak masyarakat yang menggunakan jasa non syari'ah. Walaupun ada kendala yang demikian, KJKS BMT tetap berusaha meningkatkan strategi pemasaran guna memperkenalkan eksistensi KJKS BMT di tengah-tengah masyarakat serta meningkatkan kualitas layanan KJKS BMT karena dengan memberikan pelayanan yang optimal dapat memberikan kepuasan kepada anggota. Kepuasan ini akan menjadi promosi gratis dari anggota yang sudah merasakannya kemudian disebarkan ke calon anggota lainnya (getuk tular).³

Berkembangnya KJKS BMT ini sangat tergantung pada kepercayaan masyarakat untuk menyimpan dananya di KJKS BMT. Kekuatan KJKS BMT sebagai lembaga keuangan syari'ah akan semakin mantap dan kuat apabila mampu mengajak masyarakat untuk menjadi anggota KJKS BMT ataupun beralih dari menggunakan jasa non syari'ah ke syari'ah.

Berdasarkan pengalaman penulis ketika magang di KJKS BMT Al-Hikmah cabang Gunungpati, penulis tertarik dengan salah satu produk penghimpunan dana yaitu produk tabungan syari'ah yang disebut SIRELA (Simpanan Sukarela Lancar). Produk ini dalam pelaksanaannya menggunakan akad wadi'ah yad adh-dhamanah yaitu dengan seizin penitip uang titipan tersebut dapat dimanfaatkan oleh KJKS BMT. Konsekuensi di

³ Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa , 2005, hlm.3

produk ini adalah KJKS BMT (Pengelola) memperoleh penghasilan atas pengelolaan dimaksud, keuntungan tersebut adalah sepenuhnya milik KJKS BMT. Kemudian KJKS BMT atas kehendaknya sendiri tanpa perjanjian dimuka, dapat memberikan bonus kepada anggotanya.⁴

Kelebihan produk SIRELA adalah dalam pemasarannya melakukan pendekatan jemput bola, yaitu dilakukan dengan cara petugas langsung mendatangi calon anggota di rumah atau di tempat-tempat mereka berusaha. Pendekatan demikian merupakan langkah awal yang akan memungkinkan petugas leluasa memberikan penjelasan mengenai konsep-konsep keuangan syari'ah serta sistem dan prosedur (sisdur) yang berlaku dalam operasional KJKS BMT, sekaligus merupakan solusi bagi mereka yang memiliki tingkat kesibukan tinggi sehingga tidak memiliki cukup waktu untuk dapat berkunjung langsung ke KJKS BMT.⁵

Dalam penelitian ini penulis ingin mengkaji lebih mendalam mengenai produk SIRELA di KJKS BMT Al-Hikmah cabang Gunungpati, dikarenakan cabang Gunungpati merupakan kantor cabang yang terbilang masih baru dan penulis tertarik terhadap strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan anggota SIRELA. Oleh karena itu penulis tuangkan dalam tugas akhir dengan judul, “PENERAPAN *MARKETING MIX* PRODUK SIMPANAN SUKARELA LANCAR (SIRELA) DI KJKS BMT AL-HIKMAH CABANG GUNUNGPATI”

⁴ Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: UII Press, 2002, hlm.30.

⁵ Ibid, hlm.61.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas, maka penulis fokus merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *marketing mix* SIRELA di KJKS BMT Al-Hikmah cabang Gunungpati?
2. Bagaimana analisis SWOT penerapan *marketing mix* SIRELA di KJKS BMT Al-Hikmah cabang Gunungpati?

C. Tujuan dan Manfaat

Tujuan penulis dalam penyusunan tugas akhir ini diantaranya adalah:

1. Untuk mengetahui sistem operasional SIRELA di KJKS BMT AL-Hikmah cabang Gunungpati.
2. Untuk mengetahui *marketing mix* SIRELA di KJKS BMT Al-Hikmah cabang Gunungpati.

Manfaat yang di ambil dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Melatih bekerja dan berfikir kreatif dengan mencoba mengaplikasikan teori-teori yang di dapat selama kuliah, menambah pengalaman dalam bidang Perbankan Syariah serta menambah pengetahuan dan informasi bagi penulis.

2. Bagi KJKS BMT Al-Hikmah

Penelitian ini dapat memperkenalkan eksistensi KJKS BMT di masyarakat luas, dapat memberikan informasi dan pengetahuan tambahan yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk

menentukan strategi yang sesuai dalam meningkatkan anggota di KJKS BMT Al-Hikmah.

D. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara kerja untuk dapat memahami objek yang menjadi sasaran atau tujuan penelitian. Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menggunakan metode penelitian.

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan.⁶ Dengan data ini penulis mendapatkan gambaran umum tentang KJKS BMT Al-Hikmah Ungaran dan strategi dalam meningkatkan anggota di KJKS BMT Al-Hikmah cabang Gunungpati, data lampiran formulir SIRELA, slip setoran, buku simpanan SIRELA dan brosur-brosurnya.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain.⁷

2. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang relevan dengan topik penelitian tersebut maka digunakan metode pengumpulan data yaitu:

⁶ Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2000, hlm.82

⁷ Ibid, hlm 82

a. Observasi

Sebagai metode ilmiah, observasi biasa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematis atas fenomena-fenomena yang diteliti.⁸ Metode ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung terhadap objek tertentu yang menjadi fokus penelitian dan mengetahui suasana kerja di KJKS BMT Al-Hikmah cabang Gunungpati serta mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan strategi peningkatan anggota produk SIRELA di KJKS BMT Al-Hikmah cabang Gunungpati.

b. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah percakapan antara dua orang atau lebih, yang pertanyaannya diajukan oleh peneliti kepada subjek atau sekelompok subjek penelitian untuk dijawab.⁹ Dengan metode ini peneliti melakukan wawancara dengan karyawan KJKS BMT untuk mendapatkan data mengenai *marketing mix* SIRELA.

c. Dokumentasi

Pengumpulan data relevan melalui arsip-arsip dan catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian ini.

3. Metode Analisis Data

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan, adapun pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kualitatif yaitu, dengan penelitian secara langsung yang dapat memperoleh data-

⁸ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Yogyakarta: Andi, 2004, hlm.151

⁹ Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, Bandung:CV Pustaka Setia, 2002, hlm.130

data dari lapangan dengan tempat penelitian di KJKS BMT Al-Hikmah cabang Gunungpati. Data-data yang diperoleh kemudian penulis analisis dengan mengaitkan antara data yang didapat dari KJKS BMT Al-Hikmah cabang Gunungpati dengan teori dan konsep yang ada.

E. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian berguna untuk memudahkan proses kerja dalam penyusunan TA ini serta mendapatkan gambaran dan arah penulisan yang baik dan benar. Secara garis besar TA ini dibagi menjadi 4 bab yang masing-masing terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menerangkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II GAMBARAN UMUM KJKS BMT AL-HIKMAH

Pada bab ini penulis memberikan gambaran umum KJKS BMT Al-Hikmah Ungaran, mulai dari sejarah singkat, visi dan misi, produk-produk yang dimiliki dan perkembangan KJKS BMT Al-Hikmah Ungaran serta profil KJKS BMT Al-Hikmah cabang Gunungpati.

BAB III PEMBAHASAN

Dalam bab pembahasan penulis menjelaskan mengenai pengertian pemasaran dan *marketing mix*, penerapan dan analisis *marketing mix* di KJKS BMT Al-Hikmah cabang Gunungpati.

BAB IV PENUTUP

Bab penutup, penulis menuangkan kesimpulan dan saran dalam penulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN