

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Marketing yang bagi kebanyakan orang masih diidentikan dengan jualan, Menurut J. Stanton merupakan suatu sistem dari keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial, sementara penjualan hanyalah salah satu dari fungsi pemasaran tersebut.¹

Marketing menurut perspektif syari'ah adalah segala aktifitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan siapapun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan manfaat yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan dan keikhlasan sesuai proses yang berprinsip pada akad mu'amalah Islami perjanjian transaksi bisnis dalam Islam.² Syaikh Al-Qordhowi mengatakan, cakupan dari pengertian syari'ah menurut pandangan Islam sangatlah luas dan komprehensif (*al-syumul*). Didalamnya mengandung makna mengatur seluruh aspek ibadah (hubungan manusia dengan Tuhanya), aspek keluarga (seperti nikah, talak, nafkah, wasiat, warisan), aspek bisnis (perdagangan, industri, perbankan asuransi, utang-

¹. Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta : PT Graha Pustaka Utama, 2012, h. 34

². M. Umar Capra, *Islam Dan Tantangan Ekonomi*, Jakarta: Gema Insani Press, 2000,

piutang, pemasaran, hibah), aspek ekonomi (pemodalan, zakat, *bait, al-maf, fa'l, ghanimah*), aspek hukum dan pengadilan, aspek undang-undang antar negara.³ Penjelasan tersebut bahwa dalam syari'ah marketing, sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakehodersnya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.

Dalam perkembangannya banyak lembaga keuangan yang menggunakan Marketing syari'ah. Sebagai lembaga bisnis BMT lebih mengembangkan usaha pada sektor keuangan yakni simpan pinjam. usaha seperti perbankan yakni menghimpun dana anggota dan calon anggota serta menyalurkan kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan. BMT membuktikan lembaga tersebut mampu sebagai lembaga penghimpunan dana menyalurkkan dana masyarakat. Indonesia yang sebagian besar masyarakatnya berada pada ekonomi yang menengah ke bawah cenderung memilih melakukan kegiatan pinjam meminjam kepada rentenir, Cenderung ini justru akan menekan masyarakat dengan adanya kenaikan bunga.⁴

BMT MADE salah satunya lembaga keuangan syari'ah yang berada di kota Demak. BMT ini bertujuan untuk menghimpun dana dan menyalurkan kepada masyarakat, Selain itu untuk menyampaikan Ajaran Islam bidang jual beli

³. Herman Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006, h.25

⁴. Uswatun khasanah (062311014), *Pelaksanaan Akad Bai' Bitsaman Ajil DiKSU BMT Ummat Sejahteraan Abadi Jepara*, Intitut Agama islam negeri walisongo semarang, 2012, http://libraray.walisongo.ac.id/digilib/files/101/jpain_gd;-uswatunkha-507-1-files-h.pdf, dalam pdf. diakses tanggal selasa 10/11/2015

Muamalah. Dalam hal ini BMT berusaha mempertahankan eksistensinya dimasyarakat yaitu dengan cara menarik perhatian nasabah dan berusaha meningkatkan pelayanan kepada Anggota. Salah satu kegiatan pemasaran (marketing) tujuan untuk merencanakan, menentukan harga dan mempromosikan barang atau produk. strategi marketing yang digunakan oleh BMT MADE Demak yang ada di Jawa Tengah dalam meningkatkan nasabah dengan cara mengoptimalkan kinerja marketing yang sangat berpengaruh terhadap meningkatkan minat anggota menggunakan produk BBA.

Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* adalah pembiayaan yang diberikan kepada anggota dalam rangka pemenuhan kebutuhan barang modal (investasi). Pembiayaan ini berjangka waktu hingga waktu diatas satu tahun. Pembiayaan ini, dimana pihak BMT sebagai penyedia dana untuk sebuah investasi dana atau pembelian barang modal dan usaha anggotanya kemudian proses pembayarannya dilakukan secara mencicil atau angsuran. Jumlah yang harus dibayar adalah jumlah atas harga modal dan mark-up yang disepakati.⁵

anggota yang menggunakan produk BBA tahun 2012 sampai tahun 2014 di BMT MADE DEMAK.

⁵. Sugeng widodo, *Moda Lembaga Keuangan Islam*, Yogyakarta:kaukaba anggota IKAPI, 2014, hlm.113

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah pada Produk BBA Tahun 2012-2014

Tahun	Jumlah Nasabah
2012	536
2013	611
2014	665
Jumlah	1812

Sumber: Data nasabah BMT MADE Demak

Dari tabel 1.1 diatas dapat diketahui, bahwa jumlah nasabah yang menggunakan produk BBA di BMT MADE Demak mengalami kenaikan pada setiap tahunnya, yang semula tahun 2012 berjumlah 536 nasabah, dan pada tahun 2014 naik dengan berjumlah 1812. Mengalami peningkatan karena anggota lebih tertarik menggunakan produk *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA). 1). Prosedurnya lebih cepat dibandingkan produk lainya. 2). Plafon lebih tinggi dari produk lainya. 3). Jangka waktunya lebih panjang.⁶ Kualitas produk yang dirasakan cocok dapat diterima oleh nasabah.

Dengan demikian penulis merasa tertarik untuk membahas penelitian mengenai Marketing syari'ah untuk memasarkan produk *Bai' Bitsaman Ajil*, Banyak masyarakat yang belum mengetahui dan memahami mengenai istilah BMT dan Produk BBA. Sehingga dunia BMT telah diperlukan adanya marketing syari'ah. Seorang marketing yang memiliki kemampuan- kemampuan strategi-strategi

⁶ . Wawancara khairusholeh, staff marketing cabang wonosalam pada tanggal 21/01/2016 pada waktu 13.00-13.30.

mengenai minat atas produk yang ada di BMT. Kemudian dengan marketing yang telah dilakukan pembiayaan di BMT MADE Demak terutama pada produk *Bai' Bitsaman Ajil*. Sehingga masyarakat dapat memenuhi kebutuhan barang yang dibutuhkan, oleh karena itu penulis ingin membahas suatu permasalahan dalam skripsi ini dengan berjudul **“ANALISIS PENGARUH MARKETING SYARI’AH TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK BAI’ BITSAMAN AJIL DI BMT MADE DEMAK”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka peneliti tertarik untuk mengetahui Bagaimana Pengaruh marketing syari’ah terhadap minat Anggota menggunakan produk *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) Di BMT Made Demak?

1.3 Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

Dari pokok perumusan masalah yang dikemukakan maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan adanya pengaruh marketing syari’ah terhadap minat nasabah menggunakan produk *Bai' Bitsaman Ajil* di BMT MADE Demak.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, di antaranya:

1. Manfaat Akademik

Dapat menambah dan mengembangkan khazanah pengetahuan dan literatur guna mengembangkan ilmu manajemen pemasaran, terutama tentang marketing syari'ah lebih lanjut.

2. Manfaat Bagi BMT MADE Demak

Untuk Mengetahui Faktor Mendorong Anggota Terutama Pada Pembiayaan BBA Sehingga Perusahaan Dapat Meningkatkan Kinerja Dapat Tercapai Kepuasan Anggota.

3. Manfaat Bagi Masyarakat

Memberikan masukan dan informasi tentang kelebihan serta kualitas pelayanan dalam melakukan pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil di BMT MADE Demak tersebut.

4. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan tambahan ilmu pengetahuan serta sebagai acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk lebih memudahkan dalam memahami serta mencerna pembahasan dalam skripsi ini, maka penulis mengklasifikasikan dalam bentuk Bab 1- Bab V sebagai berikut:

BAB I :Pendahuluan, Pada Bab Ini Membahas Tentang:

1. Latar Belakang
2. Perumusan Masalah
3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian
4. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB II : Tinjauan Pustaka, Pada Bab Ini Membahas Tentang:

1. Kerangka Teori
2. Penelitian Terdahulu
3. Kerangka Pemikiran Teoritik
4. Hipotesis

BAB III : Metode Penelitian, Pada Bab Ini Memuat Tentang:

1. Jenis Dan Sumber Data
2. Populasi Dan Sampel
3. Metode Pengumpulan Data
4. Variabel Penelitian Dan Pengukuran
5. Teknis Analisis Data

BAB IV : Analisis Data Dan Pembahasan Pada Bab Ini Menjelaskan:

1. Penyajian Data
2. Analisis Data Dan Interpretasi Data
3. Pembahasan

BAB V : Penutup, Pada Bab Ini Membahas Tentang:

1. Kesimpulan Dan Saran
2. Penutup