

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Perkembangan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Syariah pertama di Indonesia yaitu Bank Muamalat pada tahun 1992. Peristiwa tersebut telah membawa dampak positif bagi perekonomian Indonesia dengan diterapkannya prinsip bagi hasil yang saling menguntungkan antara nasabah dengan Bank Syariah. Dewasa ini perbankan syariah semakin dikenal oleh masyarakat Indonesia, karena selain mencapai kebahagiaan duniawi juga mencapai kebahagiaan ukhrawi.

Pada umumnya yang dimaksud dengan Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, usaha Bank akan selalu berkaitan dengan masalah uang yang merupakan barang dagangan utamanya.<sup>1</sup>

Lembaga keuangan di Indonesia terbagi menjadi dua yaitu Lembaga keuangan Bank dan Lembaga keuangan non Bank. Lembaga keuangan non Bank sendiri memiliki dua jenis diantaranya lembaga keuangan non bank konvensional dan lembaga keuangan non bank syariah. Perbedaan antara lembaga konvensional dan lembaga syari'ah yakni dalam konvensional pembagian keuntungannya dengan sistem bunga sedangkan dalam syariah pembagian keuntungannya berdasarkan nisbah yang telah disepakati pada awal perjanjian.

Berkaitan dengan hal tersebut, bermunculah bank-bank Islam baik yang dikelola secara formal maupun informal. Berkaitan dengan bentuk dan struktur lembaga keuangan non bank, maka lahirlah Lembaga keuangan Islam yang mendasarkan prinsip kerjanya berdasarkan Syari'ah

---

<sup>1</sup> Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta : Ekonisia, 2003, .h. 28.

Islam, seperti Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) yaitu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan (simpanan) maupun deposito dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah melalui mekanisme yang lazim dalam dunia perbankan.<sup>2</sup> Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) terdiri dari dua istilah yaitu baitul maal dan bait at-tamwil. Baitul maal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non-profit, seperti zakat, infaq, shadaqah. Sedangkan baitul tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil berdasarkan prinsip syariah.<sup>3</sup>

Untuk meningkatkan peran BMT dalam kehidupan ekonomi masyarakat, maka BMT terbuka untuk menciptakan produk baru. Tetapi produk tersebut harus memenuhi syarat: pertama, sesuai dengan syariat dan disetujui oleh Dewan Syari'ah. Kedua, dapat ditangani oleh sistem BMT bersangkutan. Ketiga, membawa kemaslahatan bagi masyarakat. Disamping itu, terdapat pula produk input dana non bisnis atau dana ibadah, yaitu zakat, infaq, shadaqah (ZIS) yang diserahkan langsung. Oleh karena ZIS disimpan melalui tabungan atau simpanan wadi'ah dari pihak lain, maka konsep wakalah ini, ZIS diserahkan langsung ke lembaga keuangan syari'ah yang dapat disamakan dengan badan amil untuk menyalurkan ZIS tersebut kepada para mustahiq ataupun dalam bentuk pembiayaan qardhul hasan.<sup>4</sup>

KSPPS El Amanah lahir pada tanggal 6 Januari 2009 didirikan oleh Bank Muamalat, Pinbuk dan masyarakat sebagai wujud kepedulian dan pengembangan Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Kendal. KSPPS

---

<sup>2</sup> Makhalul Ilmi SM, *Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: UII Press 2002. h. 67.

<sup>3</sup> Dadan Muntaqien, *Aspek Legal Lembaga Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: Safiria Insani Press. 2008. h. 39.

<sup>4</sup> *Ibid*, h. 47-48.

El Amanah merupakan lembaga keuangan syari'ah yang menghimpun dana ke masyarakat yang membutuhkan dana berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam kegiatan operasionalnya, KSPPS El Amanah memiliki produk penghimpunan dana dan produk penyaluran dana. Dalam melaksanakan penghimpunan dana KSPPS El Amanah menawarkan beberapa produk simpanan diantaranya yaitu: Simpanan El Amanah, Simpanan Sahara, Simpanan Cendekia, Simpanan Qurban Amanah, Simpanan Berjangka dan Simpanan Haji Terwujud.

Produk SimQura (Simpanan Qurban Amanah) adalah produk yang diperuntukan kepada anggota yang ingin menyalurkan dananya untuk pelaksanaan Ibadah Qurban.

Manfaat SimQura ( Simpanan Qurban Amanah)

1. Sebagai bagian investasi akhirat
2. Memudahkan rencana berqurban
3. Bebas hasil<sup>5</sup>

KSPPS El Amanah membuat produk simpanan qurban amanah ini sebagai sarana bagi masyarakat yang ingin berqurban dapat merealisasikan niatnya dengan cara menabung untuk memperoleh hewan qurban dan memberi motivasi kepada masyarakat akan pentingnya Qurban. Namun hal ini tidak lantas membuat masyarakat tertarik produk tersebut. Kurangnya promosi yang maksimal terhadap produk SimQura (Simpanan Qurban Amanah) menyebabkan kurangnya pengetahuan masyarakat akan produk SimQura.

---

<sup>5</sup> Modul KSPPS El Amanah Kendal

**TABEL 1.1**  
**Jumlah Anggota Produk Simpanan**  
**KSPPS El Amanah Kendal**  
**Tahun 2015-2016**

No	Produk Simpanan	Jumlah Anggota	Presentase
1.	Simpanan El Amanah	1.069	69.1%
2.	Simpanan Hari Raya (SAHARA)	329	21.1%
3.	Simpanan Cendekia	69	4.46%
4.	Simpanan Investasi Berjangka (SIMJAKA)	59	3.81%
5.	Simpanan Qurban Amanah (SIMQURA)	21	1.35%
	Jumlah	1.547	

*Sumber : Data di KSPPS El Amanah Kendal*

Berdasarkan tabel 1.1 diatas nampak bahwa produk SimQura di KSPPS El Amanah Kendal kurang begitu diminati dengan presentase paling kecil yaitu 1.35% dibandingkan dengan produk lainnya di KSSPS El Amanah Kendal. Oleh karena itu, berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk meneliti Produk SimQura (Simpanan Qurban Amanah) dengan judul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMQURA (SIMPANAN QURBAN AMANAH) DI KSPPS EL AMANAH KENDAL”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran SimQura (Simpanan Qurban Amanah) di KSPPS El Amanah Kendal?

2. Apa kendala/hambatan yang dihadapi KSPPS El Amanah Kendal dalam memasarkan produk SimQura (Simpanan Qurban Amanah)?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran SimQura (Simpanan Qurban Amanah) di KSPPS El Amanah Kendal.
2. Untuk mengetahui kendala/ hambatan yang dihadapi KSPPS El Amanah Kendal memasarkan produk SimQura (Simpanan Qurban Amanah).

Adapun beberapa manfaat yang diharapkan dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis
  - a. Memberikan pemahaman baru kepada penulis tentang analisis strategi pemasaran produk SimQura di KSPPS El Amanah Kendal
  - b. Memberikan pengetahuan dan informasi dari dunia praktis yang sangat berguna untuk disinkronkan dengan pengetahuan teori yang didapat di bangku perkuliahan
2. Bagi KSPPS El Amanah Kendal

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi koreksi untuk KSPPS El Amanah Kendal untuk kedepannya agar dapat berkembang lagi terutama dalam bidang pemasaran produk SimQura.
3. Bagi Pembaca
  - a. Sebagai salah satu sarana sosialisasi pengenalan kepada pembaca tentang Simpanan Qurban Amanah
  - b. Sebagai tambahan referensi dan informasi bagi mahasiswa dan pembaca mengenai Simpanan Qurban Amanah

#### **D. Tinjauan Pustaka**

Dalam kegiatan penelitian biasanya bertitik tolak pada ilmu pengetahuan yang sudah ada, pada umumnya semua peneliti akan memulai penelitiannya dengan cara menggali dari apa yang telah diteliti oleh para pakar peneliti sebelumnya. Se jauh pengetahuan penulis ada beberapa penelitian yang berhubungan dengan Simpanan Qurban diantaranya :

Penelitian yang dilakukan oleh Khoirul Anam (112503040) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Taharah Di PT. BPRS PNM Binama Semarang . Produk tabungan taharah sangat diminati oleh nasabah dibanding produk tabungan lainnya di BPRS PNM Binama Semarang. Dalam mencari nasabah tabungan taharah BPRS PNM Binama Semarang menggunakan strategi pemasaran yaitu segmentasi pasar, penetapan pasar sasaran, pemosisian produk di segmentasi pasar yang dipadukan dengan bauran 7P.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Diana Khristina (112503071), Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Walisongo yang berjudul Mekanisme Produk Surban (Simpanan Qurban) di BMT Harapan Ummat Kudus. Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya produk penghimpunan dana di BMT Harapan Ummat Kudus yang kurang diminati oleh anggota yaitu SURBAN yang menggunakan akad *mudharabah* dengan prinsip bagi hasil. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mekanisme produk SURBAN, faktor-faktor penyebab SURBAN kurang diminati anggota yaitu Simpanan Qurban tidak bisa diambil sewaktu-waktu, tidak semua anggota melakukan Qurban.

Dan yang terakhir dilakukan oleh Widyastuti (122503020) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo yang berjudul Analisa Pelaksanaan Simpanan Qurban Di BMT Harapan Ummat Kudus. Simpanan Qurban merupakan salah satu produk yang diperuntukkan bagi anggota perorangan yang mempunyai niat melaksanakan ibadah Qurban

dengan nisbah bagi hasil untuk nasabah 13% sedangkan untuk bank 87%, tidak jauh berbeda dengan Simpanan Qurban pada BMT lain yaitu pengambilannya yang tidak bisa sewaktu-waktu, hanya saja dapat diambil satu minggu sebelum hari raya Qurban yaitu bulan Dzulhijjah, hal tersebut salah satu faktor penyebab kurang diminati produk Simpanan Qurban di BMT Harapan Ummat Kudus.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini bukanlah yang pertama yang dilakukan, namun dengan memposisikan penelitian-penelitian tentang simpanan qurban tersebut sebagai referensi akan memberikan peluang untuk meneliti tema yang sama namun hanya dengan mengambil fokus bahasan mengenai strategi pemasaran produk SimQura (Simpanan Qurban Amanah) di KSPPS El Amanah Kendal dengan judul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMQURA DI KSPPS EL AMANAH KENDAL “

### **E. Metodologi Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam proposal ini untuk mendapatkan informasi dan data-data adalah sebagai berikut :

#### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll.<sup>6</sup> Dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah, yang akan penulis lakukan penelitian di KSPPS El Amanah Kendal.

#### **2. Sumber Data**

a. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi

---

<sup>6</sup> Lexy J. Meloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009, h. 4.

langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan.<sup>7</sup> Dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi diperoleh dengan wawancara langsung manajer BMT atau bagian marketing di KSPPS El Amanah Kendal.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas : struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian.<sup>8</sup> Data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa formulir, brosur, dan modul tentang produk KSPPS El Amanah Kendal.

3. Metode Pengumpul Data

a. Wawancara

Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.<sup>9</sup> Wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab, penulis melakukannya kepada bagian-bagian pihak yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain adalah manajer BMT dan marketing Simpanan di KSPPS El Amanah Kendal.

b. Observasi

Observasi, yaitu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan

---

<sup>7</sup> Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, h. 79.

<sup>8</sup> *Ibid*, h. 79.

<sup>9</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Prenada Media Group, 2012 , h. 111.



pengindraan.<sup>10</sup> Metode ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung kinerja yang ada di dalam kantor KSPPS El Amanah Kendal serta mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan Produk SimQura.

c. Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk menelusuri data historis yang berupa Profile Company yang bisa penulis dapatkan dari kantornya langsung. Dalam Profile Company ini dijelaskan tentang sejarah berdirinya KSPPS El Amanah Kendal secara spesifik, visi dan misi, dan produk-produk KSPPS El Amanah Kendal. Data-data yang didapatkan juga dari brosur dan buku pedoman KSPPS El Amanah Kendal.

d. Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif analisis. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat pecandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi daerah tertentu.<sup>11</sup> Metode deskriptif ini penulis gunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan tentang analisis strategi pemasaran produk SimQura di KSPPS El Amanah Kendal dan kendala/ hambatan apa saja dalam memasarkan produk SimQura di KSPPS El Amanah Kendal. Kemudian data-data yang diperoleh itu penulis analisis dengan menggunakan teori dan konsep yang ada.

## **F. Sistematika Penulisan**

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat hasil penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

---

<sup>10</sup> *Ibid*, h. 118.

<sup>11</sup> Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1995, h. 18.

## BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang landasan teori yang meliputi pengertian strategi pemasaran, pengertian simpanan, simpanan qurban amanah, akad wadi'ah yad dhamanah.

## BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang deskriptif KSPPS El Amanah Kendal yang meliputi sejarah berdirinya KSPPS El Amanah Kendal, profil, visi dan misi, struktur organisasi dan produk-produk yang dimiliki.

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai analisis strategi pemasaran produk SimQura di KSPPS El Amanah Kendal, dan kendala/ hambatan apa saja dalam memasarkan produk SimQura di KSPPS El Amanah Kendal,

## BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, dan saran-saran penyusun yang diharapkan berguna bagi penulis, anggota, pengelola KSPPS El Amanah Kendal.