

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Baitul Maal Wattamwil (BMT) terdiri dari dua istilah yaitu *baitu maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana *non profit*, seperti: zakat, infaq, shadaqoh. 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 dengan berlandaskan syariah. Secara kelembagaan BMT didampingi atau didukung Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK). PINBUK sebagai lembaga primer karena mengemban misi yang lebih luas, yakni melahirkan usaha kecil. Dalam prakteknya, PINBUK melahirkan BMT, dan pada gilirannya BMT melahirkan usaha kecil. Keberadaan BMT merupakan *representative* dari kehidupan masyarakat dimana BMT itu berada, dengan jalan ini BMT mampu mengakomodir kepentingan ekonomi masyarakat.

Peran umum BMT mampu yang dilakukan adalah pembinaan dan pendanaan yang berdasarkan sistem syariah. Peran ini menegaskan arti penting prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan ekonomi masyarakat. Sebagai lembaga keuangan syariah yang bersentuhan langsung dengan kehidupan masyarakat kecil yang serba cukup ilmu pengetahuan ataupun materi maka BMT mempunyai tugas penting dalam mengemban misi ke Islam dalam segala aspek kehidupan masyarakat.

Pada bulan juni 2002 di Jakarta mulai muncul lembaga keuangan mikro yang biasa disebut BMT (*Baitul maal wat Tamwil*) atau padanan kata dari Balai usaha Mandiri Terpadu. BMT adalah lembaga keuangan lingkup mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan kegiatan utamanya adalah *baitul maal* dan *baitul tamwil*. Dimaksudkan sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ) sesuai dengan UU no. 38 th. 1999 yaitu menerima titipan zakat, infaq dan sodaqoh serta mengoptimalkan pendistribusiannya sesuai peraturan dan

amanahnya. Dan juga melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya.

Sebagaimana diketahui, bahwa BMT memiliki dua fungsi utama yakni funding atau penghimpunan dana dan financing atau pembiayaan. Dua fungsi ini memiliki keterkaitan yang sangat erat. Keterkaitan ini terutama berhubungan dengan rencana penghimpunan dana supaya tidak menimbulkan terjadinya dana menganggur (*idle money*) di suatu sisi dan rencana pembiayaan untuk menghindari terjadi kurangnya dana/likuiditas saat dibutuhkan di sisi yang lain.

Upaya penghimpunan dana ini harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi anggota di BMT. Prinsip utama dalam manajemen funding ini adalah kepercayaan. Artinya kemauan masyarakat untuk menaruh dananya pada BMT sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan masyarakat terhadap BMT itu tersendiri. Karena BMT pada prinsipnya merupakan lembaga amanah (*trust*), maka setiap insan BMT harus dapat menunjukkan sikap amanah tersebut.

Membangun kepercayaan masyarakat umat terhadap BMT harus terus dilakukan. Program ini harus memperhatikan kondisi calon anggota yang akan dijadikan pasar. Oleh sebab itu, sangat mungkin membangun kepercayaan melalui ketokohan dalam masyarakat. Pada tahap awal pendirian, BMT dapat mengajak tokoh setempat baik tokoh agama maupun masyarakat untuk menjadi pendiri di BMT. Melalui tokoh tersebut pemasaran BMT akan mudah dilakukan.¹

KSPPS El Amanah adalah Koperasi Jasa Keuangan Syariah yang didirikan oleh Bank Muamalat, Pinbuk dan masyarakat sebagai wujud kepedulian dan pengembangan Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Kendal. Berdasarkan Sertifikat Operasional dari Bank Muamalat tertanggal 6 Januari

¹ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, Yogyakarta: UII Press, 2004, h. 149-150.

2009 dan Surat Keputusan Bupati Kendal Nomor: 518.BH/XIV.13/02/2009/DKUMKM tentang Akta Pendirian Koperasi Jasa Keuangan Syariah, KSPPS El Amanah mulai beroperasi dan bersama masyarakat berupaya membangun perekonomian masyarakat kecil dan menengah di Kabupaten Kendal agar menjadi lebih baik. Dalam melaksanakan penghimpunan dana KSPPS El Amanah menawarkan beberapa produk simpanan diantaranya yaitu: Simpanan Cendekia, Simpanan El Amanah, Simpanan Sahara, Simpanan Qurban Amanah, Simpanan Berjangka, dan Simpanan Haji Terwujud. Seiring dengan berkembangnya zaman dan kebutuhan yang meningkat, manusia tidak mampu memenuhi kebutuhannya dalam satu waktu. Misalnya pada waktu menjelang hari kenaikan kelas atau tahun ajaran baru dimana semua orang tua harus mempersiapkan banyak kebutuhan yang diperlukan untuk kebutuhan sekolah anak-anaknya tersebut.

Dari uraian permasalahan kebutuhan diatas, maka untuk meringankan kebutuhan menjelang kenaikan kelas adalah dengan cara menabung. Dengan demikian KSPPS El Amanah turut serta berpartisipasi dalam memberikan solusi bagi orang tua atau masyarakat dengan cara mengeluarkan produk Simpanan yang bernama Simpanan Cendekia.

Simpanan Cendekia adalah simpanan yang dirancang khusus untuk mempersiapkan dana menjelang kenaikan kelas.

Manfaat dari simpanan Cendekia :

1. Sebagai bagian dari investasi
2. Mendapatkan bagi hasil setiap bulannya
3. Memudahkan orang tua mempersiapkan dana untuk keperluan sekolah anaknya
4. Bebas biaya Administrasi.²

² File KSPPS El Amanah

Dalam memperkenalkan produk simpanan Cendekia di KSPPS El Amanah menggunakan sistem *face to face* agar selain bisa mempromosikan produk tersebut juga bisa mendakwahkan ekonomi islam kepada masyarakat, sehingga konsep ekonomi islam bisa melekat dan lebih dipahami oleh masyarakat. Proses pemasaran dikemas menarik dan agamis serta menggunakan sistem jemput bola ke sekolah-sekolahan agar yang menjadi anggota bisa dengan mudah melakukan transaksi dan mendapatkan pelayanan yang terbaik dari KSPPS El Amanah Kendal. Produk simpanan Cendekia merupakan salah satu produk yang sangat baik dan menarik, tetapi produk simpanan cendekia kurang berkembang pesat dibandingkan dengan produk simpanan lainnya. Dari permasalahan diatas penulis ingin membahas mengenai teknik meningkatkan produk simpanan Cendekia di KSPPS El Amanah. Penulis mengambil judul **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan Anak (Cendekia) di KSPPS El Amanah Kendal”**:

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penulisan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Strategi pemasaran produk simpanan pendidikan anak (Cendekia) ?
2. Bagaimana Analisis SWOT terhadap produk simpanan pendidikan anak (Cendekia) di KSPPS El Amanah Kendal ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran produk simpanan pendidikan anak (Cendekia)
2. Untuk mengetahui Analisis SWOT produk simpanan pendidikan anak (Cendekia) pada KSPPS El Amanah

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Dapat mengetahui teori ke praktek mengenai strategi pemasaran dan menambah wawasan mengenai pemasaran produk simpanan Cendekia di KSPPS El Amanah

2. Bagi KSPPS El Amanah

Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan mengevaluasi kekurangan dan kelebihan pada strategi yang dipakai selama ini dalam pemasaran produk simpanan Cendekia.

3. Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan menjadi referensi tambahan bagi masyarakat untuk mengenal produk simpanan pendidikan anak (Cendekia) di KSPPS El Amanah Kendal ini.

4. Bagi Jurusan D3 Perbankan Syariah

Sebagai tambahan referensi dan informasi khususnya bagi mahasiswa mengenai strategi pemasaran pada produk simpanan cendekia dan studi evaluasi dalam pengembangan penelitian kedepannya supaya lebih baik.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk mendukung materi dalam penelitian ini, sebelumnya penulis melakukan perbandingan antara penelitian-penelitian yang mengangkat tema tidak jauh dari judul penulis. Diantaranya:

1. Tugas Akhir Nafisatul Kholidah NIM: 112503050, jurusan D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang tahun 2014 yang berjudul "*Strategi Pemasaran produk Tabungan Pendidikan Guna Meningkatkan Jumlah Nasabah*" Tugas Akhir ini menjelaskan tentang bagaimana simpanan dengan akad mudharabah mutlaqah yang penyeterannya dapat dilakukan kapan saja selama jam kerja, sedangkan penarikannya tidak bisa diambil sewaktu-waktu, hanya bisa diambil pada saat tahun ajaran

baru, karena tujuan tabungan pendidikan itu sendiri adalah untuk meringankan beban biaya pendidikan³

2. Tugas Akhir Monica Ardian NIM : 132503013, Jurusan D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang tahun 2016 yang berjudul "*Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pendidikan Pada BPRS PNM BINAMA Kantor Kas Mijen*", Tugas Akhir ini menjelaskan tentang bagaimana simpanan dengan akad Mudharabah Mutlaqah yang penyetorannya dapat dilakukan kapan saja tetapi saat pengambilan hanya dapat dilayani saat bulan tertentu seperti Juni hingga Agustus dan Oktober hingga Desember.⁴
3. Tugas Akhir Siska Widyastuti NIM : 122503104, jurusan D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo tahun 2014 yang berjudul "*Analisis Penerapan Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota KSPPS BMT BINA UMMAT SEJAHTERA Cabang Juwana*", Tugas Akhir ini menjelaskan tentang bagaimana penerapan strategi promosi dengan menggambarkan berbagai macam sarana promosi yaitu periklanan (advertising), promosi penjualan (sales promotion), publisitas (publicity), penjualan pribadi (personal selling) dan hubungan masyarakat (public relation) dengan tetap memperhatikan etiket perbankan telah dilaksanakan Koperasi simpan Pinjam Syariah (KSPS) Baitul Maal wat Tamwil Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana.⁵

³ Nafisatul Kholidah, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pendidikan Guna meningkatkan Jumlah Nasabah*", Tugas Akhir, Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2014, t.d.

⁴ Monica Ardian, "*Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pendidikan pada BPRS Binama kantos kas mijen*" Tugas Akhir, Semarang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2016, t.d.

⁵ Siska Widyastuti, "*Analisis Penerapan Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota*", Tugas Akhir, Semarang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2014, t.d.

F. Metodologi Penelitian

1. Obyek Penelitian

Penelitian dilakukan di KSPPS El Amanah Kendal, dengan obyek penelitian produk Simpanan Cendekia.

2. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dimana penelitian ini sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowbaal*, teknik pengumpulan dengan *trianggulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di KSPPS El Amanah Kendal yang beralamatkan di Jalan Lingkar Barat Kios Blok A 2-4 Pasar Kendal.

4. Sumber Data

Guna menunjang suatu penelitian dibutuhkan sumber data, untuk mempermudah dalam memecahkan masalah. Adapun sumber data yang diperoleh dikelompokkan menjadi dua macam yaitu:

a. Data Primer

Merupakan data atau keterangan yang diperoleh secara langsung dari sumber dimana kegiatan penelitian berlangsung. Data primer dapat berupa opini subyek, secara individual observasi suatu benda, atau hasil pengujian.⁶ Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan, *Manager* Bapak Kunaefi Abdillah, *Customer Service* ibu Ana Lutfiana, dan *marketing funding* cendekia ibu Ekafuri Budi Arsih, di KSPPS El Amanah Kendal.

b. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dari buku-buku maupun dokumen-dokumen tertulis lainnya. Data sekunder umumnya

⁶ Mohammad Fauzi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Walisongo Press: Semarang, 2009, h. 166.

berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan. Dalam penelitian ini data sekunder berupa dokumen-dokumen, slip, jumlah nasabah serta informasi lain tertulis dan berkaitan dengan strategi pemasaran dalam persaingan.

5. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang relevan sesuai topik penelitian tersebut maka digunakan beberapa metode yaitu:

a. Metode Observasi

Cara terbaik untuk mendapatkan hasil dari sebuah penelitian kualitatif adalah dengan cara melakukan sebuah pengamatan. Karena secara metodologis, pengamatan memungkinkan peneliti merasakan apa yang dirasakan dan dihayati oleh subyek sehingga memungkinkan pula peneliti menjadi sumber data.⁷

Pada waktu melakukan observasi, peneliti dapat ikut berpartisipasi atau hanya mengamati saja marketing yang setiap hari jemput bola terjun ke TK Mardisiwi, TK TA Truko, dan SD N Bulugede, untuk mengambil setoran Simpanan Cendekia.

b. Metode Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan antara pewawancara dan narasumber. Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan data yang tidak terdokumentasikan, maupun untuk menyelaraskan hasil pengamatan yang dilakukan dengan maksud keadaan yang sesungguhnya. Narasumber dalam penelitian ini adalah *Manager* KSPPS El Amanah Kendal Bapak Kunaefi Abdillah dan Karyawan KSPPS El Amanah Kendal.

⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013, h. 175.

6. Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah metode analisis data kualitatif. Analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran, dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial akademis dan ilmiah.⁸

G. Sistematika Penulisan

Demi tercapainya hasil penelitian yang diharapkan, maka penulis menggunakan sistematika penyusunan penelitian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan, akan dijelaskan tentang latar belakang rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang strategi pemasaran, analisis strategi, dan pengertian tabungan.

BAB III : GAMBARAN UMUM KSPPS EL AMANAH KENDAL

Dalam bab ini berisi tentang 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 berisi tentang strategi pemasaran yang dilakukan KSPPS El Amanah Kendal dalam memikat mitra terhadap produk Simpanan Cendekia.

⁸ Etta Mamang Sangadji, et al, *Metodologi Penelitian (Pendekatan Praktis dalam Penelitian)*, Yogyakarta: Andi, 2010, h. 198.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini penulis akan menarik kesimpulan dari permasalahan yang dibuat dan akan memberikan saran-saran tentang hal-hal yang perlu disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**