

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank merupakan salah satu peran penting yang memegang sektor perekonomian di berbagai negara, baik negara yang perekonomiannya ditunjang dengan sektor riil maupun sektor moneter, terlebih lagi sekarang sudah memasuki zaman digital dimana peran perbankan semakin pesat dan kompleks. Bank merupakan lembaga intermediasi yang nantinya mempertemukan pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang kelebihan dana. Melalui kegiatan perkreditan (pembiayaan) bank berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat bagi kelancaraan usahanya. Sedangkan dengan penyimpanan dana, bank berusaha menawarkan kepada masyarakat akan keamanan dananya dengan jasa lain yang akan diperoleh.¹

Bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum islam.² Selain itu bank syariah bisa disebut *Islamic Banking* atau *interest fee banking*, yaitu suatu sistem perbankan dalam operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga (riba), spekulasi (maysir), ketidakpastian atau ketidakjelasan (gharar). Bank syariah sebagai sebuah lembaga keuangan mempunyai mekanisme dasar, yaitu menerima deposito dari pemilik modal (depositor) dan mempunyai kewajiban untuk menawarkan pembiayaan kepada investor pada sisi asetnya, dengan pola dan atau skema pembiayaan yang sesuai dengan syariat islam.

Dewasa ini selain banyaknya bank syariah bermunculan di Indonesia juga diikuti dengan lembaga keuangan syariah lainnya, salah satunya adalah BMT (Baitul Maal Watamwiil). BMT merupakan lembaga keuangan non bank yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk

¹ Heir Soedarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, Yogyakarta: Ekonosia FE UII, 2013, h. 38.

² Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2007, h. 1.

tabungan (simpanan) maupun deposito dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah melalui mekanisme yang lazim dalam dunia perbankan.³

BMT Bina Ummat Sejahtera merupakan salah satu lembaga intermediasi yang menggunakan prinsip syariat Islam untuk menghimpun dana dari pihak yang kelebihan dana dan menyalurkannya kepada pihak yang kekurangan (membutuhkan) dana. Untuk menjalankan perannya sebagai penengah bagi para pihak yang kelebihan dana maupun kekurangan dana, BMT Bina Ummat Sejahtera menggunakan produk produk yang akad-akadnya dilakukan sesuai dengan prinsip syariah, yaitu seperti akad Mudharabah dan Musyarakah (kerjasama dengan pemberian bagi hasil), Murabahah (Jual Beli) dan Ijarah (Sewa menyewa). Diharapkan dengan adanya berbagai akad dalam pembiayaan di BMT Bina Ummat Sejahtera ini masyarakat dapat memilih mana yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuannya.

Pada BMT Bina Ummat Sejahtera ada 2 produk simpanan yang menggunakan akad mudharabah, yaitu Sirela dan Sisuka. Kedua produk tersebut memiliki kegunaan dan system yang berbeda. Sirela (Simpanan Sukarela Lancar) merupakan produk simpanan yang biasa dimana para anggota dapat menabung sewaktu-waktu dan bisa mengambil dana yang mereka simpan kapan saja tanpa syarat apapun. Sedangkan Sisuka (Simpanan sukarela berjangka) adalah simpanan berjangka (deposito) dimana anggota menabung sebanyak yang mereka tentukan tetapi tidak dapat diambil sewaktu-waktu, yaitu bisa diambil setelah tanggal jatuh tempo dari kesepakatan yang sudah disetujui oleh anggota dengan nasabah sebelumnya. Untuk meningkatkan minat masyarakat dalam menyimpan dananya pada BMT Bina Ummat Sejahtera, pihak BMT yang dilaksanakan oleh Marketing melakukan strategi yang dinamakan "Jemput Bola". Strategi jemput bola ini adalah suatu usaha mencari anggota dengan mendatangi secara langsung kepada masyarakat untuk meyakinkan masyarakat supaya tertarik dan mau bergabung dengan BMT Bina Ummat Sejahtera.

³ Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: UII Press, 2002, h. 65

Berdasarkan data yang penulis peroleh selama magang, para anggota lebih cenderung memilih produk Sirela dibandingkan memilih menyimpan dananya menggunakan produk sisuka, sedangkan strategi jemput bola sudah ditetapkan untuk kedua produk tersebut. Oleh karena itu, berdasarkan fakta dilapangan serta uraian yang penulis paparkan diatas, penulis ingin menindaklanjuti dengan membahas lebih dalam yang berkaitan tentang bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh BMT Bina Ummat Sejahtera untuk menarik minat nasabah terhadap produk Sirela yang dituangkan dalam tugas akhir yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIRELA PADA BMT BINA UMMAT SEJAHTERA CABANG SLAWI”**

B. Rumusan masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran produk Sirela pada BMT Bina Ummat Sejahtera?
2. Bagaimana Analisis strategi pemasaran produk Sirela pada BMT Bina Ummat Sejahtera?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran produk Sirela dengan menggunakan akad mudharabah di BMT Bina Ummat Sejahtera
2. Untuk menggali informasi mengenai mekanisme produk Sirela pada BMT Bina Ummat Sejahtera
3. Untuk mengetahui penyebab produk Sirela lebih banyak dimintai
4. Untuk mengetahui solusi meningkatkan minat anggota BMT produk Sirela pada BMT Bina Ummat Sejahtera

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah:

1. Menjadi bahan pertimbangan dan mengevaluasi kekurangan dan kelebihan pada strategi yang diterapkan selama ini pada pemasaran

produk Sirela menggunakan akad musyarakah pada BMT Bina Ummat Sejahtera

2. Sebagai sumbangan referensi dan informasi bagi civitas akademika UIN Walisongo Semarang

E. Tinjauan Pustaka

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis menggunakan beberapa karya ilmiah yang relevan dengan apa yang akan penulis kaji, yaitu:

1. Tugas Akhir Dzikri Hafidzhuddin NIM (132503071) yang berjudul “*Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan (SIRENCANA) di BMT Hudatama Semarang*” menyimpulkan strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Hudatama Semarang adalah dengan cara prospek ke sekolah dan memasarkan produk kepada anggota maupun calon anggota.
2. Tugas Akhir Monica Ardian NIM (132503013) yang berjudul “*Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pendidikan pada BPRS PNM Binama Kantor Kas Mijen*”. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa BPRS PNM Binama Semarang menggunakan strategi pemasaran dengan cara segmentasi pasar, targeting dan positioning dan menggunakan bauran pemasaran.

F. Metode Penelitian

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian tugas akhir untuk mendapatkan informasi dan data-data adalah sebagai berikut:

1. Jenis penelitian

Metode yang penulis gunakan adalah metode penelitian Kualitatif, penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai atau diperoleh melalui prosedur-prosedur statistic atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran) dan

menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati.⁴

2. Sumber data

Adapun sumber data yang digunakan oleh penulis ada dua macam, yaitu:

a. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini penulis memperoleh data atau informasi langsung dari pihak BMT Bina Ummat Sejahtera yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan maupun tulisan. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara langsung yang dilakukan penulis kepada pihak-pihak yang bersangkutan di BMT Bina Ummat Sejahtera.

b. Data sekunder

sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat public, yang terdiri atas: struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian.⁵

3. Metode Pengumpulan Data

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis menggunakan dua metode pengumpulan data, yaitu penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Metode pengumpulan data yang penulis lakukan melalui:

⁴ Jusuf Soewardji, *Pengantar metodologi penelitian*, Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2012, H. 51.

⁵ Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009, h.79.

- a. Observasi, dilakukan dengan mengamati fakta mengenai kenyataan dan menganalisis di lembaga keuangan yang disini di peroleh dari BMT Bina Ummat Sejahtera.
- b. Wawancara, merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, yang dilakukan secara langsung kepada pihak BMT Bina Ummat Sejahtera
- c. Dokumentasi, merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau laporan-laporan untuk mengumpulkan data tentang keadaan BMT Bina Ummat Sejahtera.⁶

4. Analisis data

Analisis data merupakan faktor yang penting dalam suatu penelitian. Analisis adalah suatu proses menghubungkan-hubungkan, memisahkan dan mengelompokan antara fakta satu dengan fakta lain sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai akhir pembahasan.⁷

Untuk itu penulis menggunakan metode deskriptif analisis yaitu menggambarkan dan membandingkan data dari yang penulis peroleh dan kemudian penulis analisa.

G. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan pada bab pertama ini didasarkan pada masalah secara umum. Bab ini terdiri dari lima sub bab, yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

⁶ Sugiyono, *metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009, h. 226-240

⁷ Abdullah Saed, *Bank Islam dan Bunga (Studi Interpretasi Kontmporer tentang Riba dan Bunga)*, Jakarta: Senayan Abadi, 2011, h. 137

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang digunakan dalam proses analisis data ini menggambarkan tentang pengertian strategi, pengertian pemasaran, pengertian strategi pemasaran.

BAB III GAMBARAN UMUM BMT BINA UMMAT SEJAHTERA

Berisi tentang sejarah berdirinya BMT Bina Ummat Sejahtera, Legalitas, Visi dan Misi, Tujuan BMT Bina Ummat Sejahtera, Struktur Organisasi dan tugas serta produk-produk.

BAB IV PEMBAHASAN

Berisi tentang strategi pemasaran pada produk Sirela yang digunakan oleh BMT Bina Ummat Sejahtera dan Analisis strategi pemasaran produk Sirela pada BMT Bina Ummat Sejahtera.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan, saran dan penutup.