

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan syariah adalah lembaga yang dalam aktifitasnya, baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atau dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil seiring dengan dinamika ekonomi islam yang bertumbuh sangat pesat di Indonesia banyak lembaga keuangan syariah yang bermunculan, seperti perbankan syariah, asuransi syariah, pegadaian syariah, dan BMT (*baitul Mal Wat Tamwil*) serta lain sebagainya.

Di indonesia istilah BMT berawal dari berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai sentral perekonomian yang bernuansa islam, timbul peluang untuk mendirikan lembaga keuangan syariah lainnya, sehingga secara otomatis sistem perekonomian syariah, telah mendapatkan tempat dalam kancah perekonomian di Indonesia.

BMT merupakan kependekan dari *Baitul Mal wa Tamwil* atau dapat juga ditulis dengan *baitul maal wa baitul tanwil*. Secara harfiah/lughowi baitul maal berarti rumah dana dan baitul tamwil berarti rumah usaha. *Baitul maal* dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya islam, dimana baitul maal berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus mentasyarufkan dana sosial. Sedangkan baitul tanwil merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.¹

Sebagai lembaga sosial, baitul maal memiliki kesamaan fungsi dan peran dengan Lembaga Amil Zakat (LAZ), oleh karenanya, *baitul maal* ini harus didorong agar mampu berperan secara profesional menjadi LAZ yang mapan. Fungsi tersebut paling tidak meliputi upaya pengumpulan dana zakat, infaq, sedekah, wakaf dan sumber dana-dana sosial lain, dan

¹ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Watamwil*, Yogyakarta: UII Pres, cet-ke 1, 2004, h. 126

upaya pensyarufan zakat kepada golongan yang paling berhak sesuai dengan ketentuan asnabiah (UU Nomor 38 tahun 1999).

Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan-pinjam. Usaha ini seperti usaha perbankan yakni menghimpun dana anggota dan calon anggota (nasabah) serta menyalurkan kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan. Namun demikian, terbuka luas bagi BMT untuk mengembangkan lahan bisnisnya pada sektor riil maupun sektor keuangan lain yang dilarang dilakukan oleh lembaga keuangan bank. Karena BMT bukan bank, maka ia tidak tunduk pada aturan perbankan.

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 satu sisi dan rencana pembiayaan untuk menghindari terjadi kurangnya dana/likuiditas (*illiquid*) 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.

Dalam keseharian, kita mengenal istilah pemasaran dan penjualan yang terkadang pengertiannya dianggap sama. Padahal kedua istilah tersebut berbeda dari sisi orientasi dan konsep yang digunakan. Penjual berorientasi produk yang telah ada dan berusaha agar barang tersebut dapat terjual sebanyak mungkin. Sedangkan pemasaran berpangkal pada kebutuhan pembeli yang belum terpenuhi dalam hal produk, kualitas, harga kemudahan mendapat sparepart dan sebagainya. Produk bukan satu-satunya penjamin kepuasan konsumen, akan tetapi ada beberapa variabel lain yang sangat mempengaruhi kepuasan konsumen yakni harga produk, lokasi, distribusi dan sebagainya. Apabila konsumen merasa puas, maka ia

akan kembali dan tetap bertahan dengan produk kita dan memberitahu pihak lain untuk membeli dari kita.²

Strategi peningkatan yang digunakan *baitul maal wattamwil* (BMT) untuk mengembangkan produk-produknya yaitu dengan memasuki pasar-pasar dan sekolah serta lingkungan sekitar. *Baitul maal wattamwil* (BMT) harus terus membandingkan produk promosinya dengan pesaing dekatnya. Dengan cara ini ia dapat menentukan bidang dimana ia memiliki keuntungan dan kelemahan kompetitif.³

Koperasi Jasa Keuangan (KSPPS) BMT Al Hikmah merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang berfungsi sebagai lembaga intermediasi di tingkat mikro yang berbeda dan hukum koperasi yang di dalamnya menerapkan prinsip-prinsip syariah.

Di KSPPS BMT Al Hikmah terdapat beberapa produk penghimpunan dana salah satunya simpanan pelajar (SIMPEL). Dalam simpanan pelajar ini akad yang digunakan yaitu akad wadiah. Akad wadiah yaitu titipan atau simpanan, di mana barang yang dititipkan dapat diambil pada waktu kenaikan kelas, pihak yang menerima jasa dapat meminta jasa untuk keamanan dan pemeliharaan.⁴

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.⁵

Produk simpanan pelajar ini dirancang untuk membantu para orang tua agar dapat menyisihkan dana yang mereka punya untuk di tabungkan guna biaya anak sekolah. Dengan ditabungnya uang untuk sekolah dapat

² Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, cet-1 2002, h.223

³ Philip Kolter dan A.B SUSANTO, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 1999, h. 92

⁴ Gita Danupranta, *Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2013, h. 89

⁵ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Suatu Pengenalan Umum*, diterbitkan atas kerja sama Tazkia Institute, h. 205

menghindari kesulitan di suatu saat membutuhkan biaya yang besar untuk anak sekolah.

Perkembangan dunia usaha pada dewasa ini ditandai dengan makin tajamnya persaingan. Oleh karena itu, peranan pemasaran semakin penting dan merupakan ujung tombak setiap perusahaan. Keberhasilan usaha suatu perusahaan ditentukan oleh keberhasilan pemasarannya. Pemasaran merupakan kunci keberhasilan usaha perusahaan.⁶

Tidak sedikit dari lembaga keuangan lainnya yang mempunyai produk yang sama seperti simpanan pelajar ini. Untuk menghindari persaingan yang ada harus dilakukan strategi pemasaran untuk menarik minat nasabah sesuai prosedur dan ketentuan yang telah dibuat oleh pihak BMT Al Hikmah.

Dalam penelitian ini penulis ingin mengkaji lebih mendalam mengenai produk penghimpunan dana simpanan pelajar untuk strategi yang diterapkan di KSPPS BMT Al-Hikmah agar masyarakat dapat mengetahui salah satu produk yang ditawarkan oleh KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengambil judul tugas akhir **“STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK PENGHIMPUNAN DANA SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL) DI KSPPS BMT AL HIKMAH KANTOR CABANG BANDUNGAN”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah jelaskan diatas yang menjadi permasalahan pokok dalam penelitian ini, penulis merumuskan dalam bentuk pertanyaan yaitu:

Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT untuk meningkatkan jumlah nasabah pada simpanan pelajar di KSPPS BMT Al Hikmah?

⁶ Sofjan Assuri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, cet-ke 11, 2011, h. 1

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS BMT Al Hikmah untuk meningkatkan jumlah nasabah pada simpanan pelajar di KSPPS BMT Al Hikmah.

b. Manfaat

- Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang berhubungan dengan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah produk simpanan pelajar.

- Bagi Lembaga Keuangan

Dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk meningkatkan produk simpanan pelajar.

- Bagi Fakultas

Sebagai tambahan informasi dan referensi yang bermanfaat bagi pembaca yang berkepentingan sebagai salah satu sumber referensi bagi kepentingan keilmuan dalam mengatasi masalah yang sama.

D. Tinjauan Pustaka

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis melakukan kajian-kajian terdahulu yang digunakan sebagai tinjauan penulisan tugas akhir ini diantara lain:

1. Dalam tugas akhir yang berjudul "*Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan (SIRENCANA) di BMT Hutamana Semarang*" yang ditulis oleh Dzikiri Hafidzhuddin NIM: 132503071 Prodi D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Tahun 2016.⁷

⁷ Dzikiri Hafidzhuddin, TA "*Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan (SIRENCANA) di BMT Hutamana Semarang*", Semarang, Walisongo 2016

2. Dalam tugas akhir yang berjudul “*Strategi Pemasaran Produk Penghimpunan Dana Tabungan Taharah di BPRS PNM Binama*” yang ditulis oleh Muhammad Zulfa Habib NIM: 132503045 Prodi D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Tahun 2016.⁸
3. Dalam tugas akhir yang berjudul “*Strategi Peningkatan Nasabah Produk SIRELA di KJKS BMT Al Hikmah Ungaran*” yang ditulis oleh Musyafa’ah NIM: 102503050 Prodi D3 Perbankan Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Tahun 2013.⁹

E. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian dengan pendekatan kualitatif yaitu dengan meneliti secara langsung dapat di peroleh data-data dari lapangan yang di teliti.

2. Sumber data

a. Data primer

Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari pimpinan dan pegawai yang dilakukan dengan cara wawancara secara langsung.

b. Data sekunder

Data sekunder di peroleh setelah mendapatkan data primer. Data yang di peroleh dari data sekunder yaitu data tertulis seperti buku, proposal, dokumen pribadi.

3. Metode pengumpulan data

a. Observasi

Observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu

⁸ Muhammad Zulfa Habib, TA “*Strategi Pemasaran Produk Penghimpunan Dana Taharah di BPRS PNM Binama*”, Semarang, Walisongo. 2016

⁹ Musyafa’ah, TA “*Strategi Peningkatan Nasabah Produk SIRELA di KJKS BMT Al Hikmah Ungaran*”, Semarang, Walisongo. 2013

dengan panca indra lainnya.¹⁰ Observasi yang dilakukan penulis yaitu dengan mengamati secara langsung pada objek yang di teliti.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai.¹¹ Metode pengumpulan data dengan cara berdialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh suatu informasi mengenai objek yang sedang di teliti.

c. Dokumentasi

Dengan metode dokumentasi penulis dapat lebih mudah apabila dalam datanya ada yang salah maupun yang keliru.

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang pembahasan mengenai teori-teori yang menjadi landasan dalam kerangka pemikiran dalam penelitian ini. Bab ini membahas tentang definisi strategi, definisi pemasaran, definisi strategi pemasaran, konsep pemasaran, segmentasi pasar, sasaran pasar, bauran pemasaran, akad yang digunakan.

BAB III GAMBARAN UMUM BMT AL HIKMAH UNGARAN

Pada bab ini akan membahas tentang gambaran umum di BMT Al Hikmah yang terjadi meliputi sejarah berdirinya, visi dan misi, struktur organisasi, produk yang ditawarkan.

¹⁰ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Prenada Media Group, h. 111

¹¹ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Prenada Media Group, h. 118

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini adalah hasil penelitian nyata untuk menjawab permasalahan yang terjadi. Oleh karena itu, yang akan dibahas pada bab ini meliputi strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah simpanan pelajar yang dilakukan oleh BMT Al Hikmah.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan, saran/rekomendasi, penutup yang didapatkan dari penelitian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPURAN-LAMPIRAN**