

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dalam sepuluh tahun terakhir sangat signifikan baik dilihat dari sapek kelembagaan, maupun dari perkembangan asset, dan pihak ke tiga maupun dari sisi pembiayaan. Perkembangan perbankan syariah kedepan akan tetap tumbuh secara lebih baik, mengingat kesadaran masyarakat untuk bertransaksi sesuai syariah semakin meningkat. Di samping itu share perbankan syariah masih relative kecil dibanding potensinya, dimana Indonesia merupakan Negara dengan jumlah penduduknya terbesar di dunia. Dengan demikian perbankan syariah ke depan diyakini akan tumbuh dengan cukup tinggi.¹

Baitul Maal wa Tamwil di Indonesia mulai dikenal dengan masyarakat sebagai sebuah Lembaga Keuanagan Mikro Syariah. Tidak salah kalau kemudian masyarakat Indonesia lebih mengenal ”BMT” sebagai “Bank mikro Syariah” yang beroperasi di sekitar lingkungan masyarakat seperti di pasar-pasar, kawasan pedesaan, pinggiran kota, atau bahkan ada yang berkantor di sebuah masjid. Penulis tidak

¹ Rahma Hidayat, *Efesiensi Perbankan Syariah: Teori dan Prakteik*, Bekasi Gramata Publising, 2014.hml 9.

bermaksud menyalahkan hal tersebut salah, namun sebenarnya Baitul Maal wa Tamwil adalah konsep industry syariah yang menekankan adanya konsentrasi usaha perbankan yang tidak hanya mengelola unit bisnis saja, namun juga mengelola unit sosial yang memiliki fungsi *Intermediary Unitantara* pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana.

Baitul Maal memiliki fungsi yaitu Baitul Maal (Bait = Rumah, Maal= Harta) yaitu menerima titipan dana zakat, infaq, sodaqoh serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya. Sedangkan Baitul Maal memiliki fungsi yaitu Baitul Maal (Bait = Rumah, Maal= Harta) yaitu melakukan kegiatan perkembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang kegiatan ekonominya.²

Simpanan sukarela Lancar (SIRELA) merupakan produk simpanan yang dikelola berdasarkan prinsip mudharabah yaitu anggota sebagai shohibul maal (pemilik dana) sedangkan BMT sebagai mudharib

² Rifqi Muhammad, *Akuntansi Keuangan Syariah*, Yogyakarta; P3EI Press, 2010, hlm.35

(pelaksana atau pengelola usaha), atas kerja sama ini berlaku sistem bagi hasil dengan nisbah yang telah disepakati dimuka.³

Keunggulan SIRELA selain sebagai sarana tabungan, juga dapat dijadikan sebagai sarana jaminan dalam pengajuan pembiayaan di KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi. Jika ada anggota yang ingin mengajukan pembiayaan atau pinjaman untuk modal usahanya, Anggota bisa mengajukan pembiayaannya dengan menjaminkan tabungan SIRELA-nya dengan syarat tabungan SIRELA harus mempunyai nominal lebih tinggi dari nominal pembiayaan yang diajukan. Selai itu, rekening tabungan SIRELA tidak boleh digunakan selama angsuran belum lunas. Tidak hanya sebagai jaminan dan pembiayaan, SIRELA juga mempunyai keunggulan lain seperti tidak ada biaya administrasi, setoran ringan, serta mendapat bagi hasil setiap bulan. Nasabah juga semakin memudahkan dalam penyetoran SIRELA karena menggunakan sistem jemput bola. Bahkan, KSPPS BMT BUS juga mengadakan undian berhadiah menarik untuk anggota yang memiliki saldo minimal 2,5 juta untuk berkesempatan mendapatkan hadiah, hadiah tersebut diundi setiap 6 bulan

³ Dari brosur KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi.

sekali atau dalam 1 tahun terjadi 2 kali pengundian yaitu pada bulan Maret dan Agustus.⁴

Keunggulan-keunggulan dari prodak SIRELA dapat dijadikan sebagai kekuatan KSPPS BMT BUS untuk mengambil peluang-peluang yang ada dan untuk menghadapi ancaman-ancaman yang ada seperti bersaing dengan lembaga lain dengan produk yang sama. Namun kelemahan yang ada dalam KSPPS BMT BUS juga harus diminimalisir agar loyalitas anggota terhadap BMT tetap terjaga dengan baik.⁵

Keunggulan SIRELA tidak hanya sebagai jaminan dan pembiayaan di KSPPS BMT AL-KHIKMAH SEMESTA Cabang Gabus Purwodadi, SIRELA juga mempunyai keunggulan lain seperti, Tingat keamanan dalam penyimpanan, menggunakan sistem jemput bola yang digunakan untuk mempermudah para anggota dalam menabung atau bertransaksi, dapat diambil sewaktu-waktu dalam jam kerja, tanpa dikenakan biaya administrasi.⁶

Untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah anggotanya maka lembaga keuangan syariah perlu menjaga citra positif dimata masyarakat, untuk mempertahankan citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas promosi,

⁴ Wawancara dengan bapak Al iMachmudi, “*Manajer KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi*” pada tanggal 29 Maret 2017.

⁵ Profil KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi.

⁶ Profil KSPPS BMT AL-KHIKMAH cabang ungaran Bandungan.

kualitas harga dan kualitas tempat atau keamanan. Untuk meningkatkan citra lembaga keuangan syariah maka perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani kebutuhan nasabah yang bisa disebut customer service.

Permintaan jasa keuangan syaria'ah di Purwodadi telah mengalami peningkatan yang cukup pesat, karena perusahaan jasa keuangan syariah termasuk salah satu sektor yang cukup prospek di masa depan. Hal ini terlihat dengan munculnya sejumlah lembaga baru yang bergerak di bidang yang sama, dengan berbagai tawaran pelayanan yang beraneka ragam dan memiliki daya tarik yang khas.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah SIRELA ⁷

No	Tahun	Nasabah
1	2014	763
2	2015	947
3	2016	1.097

Sumber : Dokumen KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah nasabah KSPPS BMT BUS mengalami peningkatan setiap tahun selama tiga tahun terakhir. Dalam meningkatkan jumlah

⁷ Wawancara dengan bapak Al iMachmudi, “Manajer KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi” pada tanggal 29 Maret 2017.

nasabahnya, koperasi dituntut untuk dapat melakukan strategi bersaing yang efektif sehingga dapat memenangkan persaingan dan dapat meningkatkan jumlah anggotanya.

Tabel 1.2

Perkembangan Asset SIRELA KJKS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi

No	Tahun	Asset
1	2014	739.567.907
2	2015	927.428.012
3	2016	1.157.216.069

Sumber : Dokumen KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi

Di antara macam-macam aspek yang ada di KJKS BMT BUS yang terdiri dari aspek harga, aspek tempat, aspek produk dan aspek promosi, dari aspek di atas yang paling besar potensinya yaitu dari aspek tempat, karna bisa dilihat bahwa BMT BUS memiliki cabang sebanyak 140 cabang kantor yang ada di Indonesia yang terdiri dari berbagai kota di antaranya jawa tengah, jawa barat, jawa timur dan Kalimantan. Di sisi lain produk dari BMT BUS juga termasuk

aspek unggul karena memiliki beberapa produk di bandingkan BMT Lain yang ada di Purwodadi.

Yang perlu dipertimbangkan untuk menarik anggota tabungan tinggi, persyaratan pembukaan dan penutupan tabungan mudah, adanya undian –undian hadiah. Dengan banyaknya lembaga keuangan syariah, menjadikan posisi KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi sebagai salah satu BMT yang harus mampu bersaing secara kompetitif dan memiliki karakter tersendiri dalam bersaing, terutama dengan lembaga keuangan syariah yang lainnya yang sudah mempunyai nama dibidang keuangan, sumber daya manusia dan produk yang berkualitas. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk mengkaji dan membahasnya dalam bentuk laporan tugas akhir dengan judul **“STRATEGI BERSAING PRODUK SIRELA DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA DI KSPPS BMT BUS CABANG GABUS PURWODADI”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi bersaing produk SIRELA yang diterapkan di KSPPS BMT BUS CABANG GABUS PURWODADI, dalam meningkatkan jumlah anggota?

2. Bagaimana strategi pemasaran Produk SIRELA dalam meningkatkan anggota di KSPPS BMT BUS CABANG GABUS PURWODADI?

C. Tujuan dan Manfaat Penulisan

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui strategi bersaing prodak sirela di KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi.
 - b. Untuk mengetahui dan memahami pemasaran produk SIRELA dalam upaya meningkatkan jumlah anggota di KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi.
2. Manfaat Penelitian
 - a. Bagi penulis
 - 1) Untuk menambah pengetahuan tentang bagaimana cara menangani strategi bersaing prodak SIRELA serta pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah anggota di KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi.
 - 2) Untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya dalam Prodi DIII Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

b. Secara Umum

Dalam penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan memberikan gambaran dalam rangka mengembangkan ilmu dalam perbankan syariah.

D. Tinjauan Pustaka

Dalam buku karangan Sofijan Assauri, “Strategic Marketing” menurut beliau, Strategi pemasaran merupakan proses dorongan pasar bagi pengembangan strategi dengan memperhatikan perubahan-perubahan yang terdapat dalam lingkungan bisnis serta kebutuhan pelanggan yang harus dilayani dengan nilai pelanggan superior. Bank secara tegas akan berupaya agar strategi dan pemasaran menekankan pada upaya untuk mendekatkan Bank dengan nasabah, serta berupaya meningkatkan kemampuan dalam menghadapi ancaman persaingan dan memperkuat atau meningkatkan keunggulan bersaing dalam Bank.⁸ Dalam membuat strategi, manajer produk perlu membicarakannya untuk memastikan

⁸ Prof. Dr. Assauri Sofjan, *Strategic Marketing*, PT RajaGrafindo persada: Jakarta 2013, hml 29-30.

sasaran jumlah penjualan dan dengan bagian keuangan untuk memastikan bahwa tersedia cukup dana iklan dan promosi.⁹

Dalam Skripsi yang berjudul “strategi bersaing prodak di KSPPS BMT BUS LASEM” yang disusun oleh Faizatul Ulya NIM 102411047 jurusan Ekonomi Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo. Menjelaskan tentang strategi bersaing prodak dan strategi dalam niningkatkan jumlah nasabah.

Dalam Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bmt Fajar Mulia Cabang Bandungan” yang disusun oleh Ika Oktawulansari NIM 092503024 jurusan D3 Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Walisongo. Menjelaskan tentanag strategi pemasaran dan upaya dalam meningkatkan pemasaran.

Dalam Karya Ilmiah yang brjudul ” persaingan bisnis pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak dalam tinjauan etika bisnis Islam” yang disusun oleh Novita Sa’adatul Hidayah mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo yang menjelaskan bahwa Melalui penelitian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa persaingan bisnis yang terjadi di pasar Ganefo adalah meliputi persaingan tempat, persaingan harga,

⁹ Prof. Dr. Addullah, M.M., M.Pd., Dr. Tantri Francis, S.E., M.M., *Manajemen Pemasaran*, PT Raja Grafindo persada: Jakarta 2013, hml 78.

persaingan barang dagangan, dan persaingan pelayanan. Kemudian persaingan bisnis yang terjadi di Pasar Ganefo sebagian sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, terbukti dengan aktivitas-aktivitas persaingan yang terjadi di pasar Ganefo tidak menyimpang dari ajaran Islam.

Sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan di KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi menitik beratkan pada penerapan strategi bersaing produk sirela dan strategi pemasaran produk sirela yang mendukung pertumbuhan nasabah.

E. Metode Penelitian

Untuk menyusun Tugas Akhir ini penulis menggunakan beberapa metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yaitu jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari tangan pertama, dari sumber asalnya yang belum pernah diolah dan diuraikan orang lain. Oleh karena

itu untuk memperoleh data tersebut peneliti melakukan studi lapangan, yaitu teknik pengumpulan data dengan: wawancara kepada pihak BMT dan data dokumentasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau data yang sebelumnya telah diolah oleh orang lain. Untuk memperoleh data sekunder peneliti melakukan studi kepustakaan. Studi kepustakaan adalah penelitian terhadap bahan-bahan pustaka yang berkaitan dengan masalah penelitian ini. Data sekunder yang diperoleh yaitu dari buku referensi serta penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

3. Metode Pengumpulan Data

Untuk menyusun tugas akhir ini penulis menggunakan beberapa metode penelitian sebagai berikut:

a. Metode wawancara

Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.¹⁰ Wawancara dilakukan dengan

¹⁰Lexy j. moleong, Metode Penelitian Kualitatif, PT Remaja Rosdakarya: Bandung, 2007, h.186

menanyakan beberapa pertanyaan kepada manager dan pegawai di KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera yang bertujuan untuk mengetahui segala sesuatu yang berkaitan dengan strategi bersaing prodak serta faktor-faktor yang berpengaruh dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi penyimpangan atau salah pengertian mengenai permasalahan yang diangkat.

b. Metode dokumentasi

Pengumpulan data melalui dokumentasi ini yaitu dengan cara mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku dengan cara menjamin data atau laporan-laporan, dokumen resmi dsb. Penulis mengumpulkan data yang relevan tentang keadaan yang ada di KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi yang berhubungan dengan penelitian ini. Data yang dikumpulkan yaitu berupa: Laporan peningkatan jumlah anggota serta brosur-brosur yang terdapat pada KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi.

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan teknik analisis deskriptif, yaitu data-data yang

diperoleh kemudian dituangkan dalam bentuk kata-kata, kemudian dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan kenyataan yang realistis. Pada metode ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang menyangkut sesuatu pada saat berlangsungnya proses penelitian.

F. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang : latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, telaah pustaka, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisi penjelasan tentang Tinjauan Umum Tentang strategi Bersaing untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah yang berisi tentang Pengertian strategi, bersaing, dan pengertian nasabah.

BAB III : GAMBARAN UMUM KSPPS BMT BUS CABANG GABUS PURWODADI

Berisi tentang : Gambaran umum atau profil KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi, visi misi, sejarah berdirinya KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi, Produk-Produk KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Purwodadi, Struktur organisasi dan kegiatan KSPPS BMT BUS Cabang Gabus Puwodadi.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang bersaing produk dan keunggulan sirela yang diterapkan KSPPS BMT BUS serta strategi pemasaran produk sirela di KSPPS BMT BUS dalam meningkatkan jumlah nasabah.

BAB V : PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang diberikan penulis dari hasil penelitian yang dilakukan dan penutup tentang topik yang diangkat penulis.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN LAMPIRAN**