

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin meningkatnya permintaan dan penawaran di era globalisasi yang berbasis teknologi informasi seperti sekarang ini yang banyak dimanfaatkan oleh lembaga-lembaga keuangan untuk saling memberi dan menerima informasi inovasi produk, fitur-fitur baru dan promosi pasar masing-masing lembaga keuangan saling mengadopsi produk-produk perbankan yang ditawarkan kepada masyarakat diberbagai belahan dunia nyaris sama.

Dalam hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya lembaga keuangan syariah yang berdiri dengan pesat di Indonesia. Lembaga keuangan itu sendiri terdiri dari lembaga keuangan bank yang meliputi bank umum, bank sentral dan bank pengkreditan rakyat. Sedangkan lembaga keuangan non bank meliputi asuransi, koperasi dan lainya yang dalam menjalankan aktifitas kegiatan usahanya menggunakan sistem bank konvensional maupun dengan sistem bank syariah. Salah satu tugas dari lembaga keuangan adalah menyalurkan dana. Lembaga keuangan mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara.

Perkembangan lembaga-lembaga keuangan syariah tergolong sangat pesat, salah satu alasannya ialah karena adanya kenyakinan kuat dikalangan masyarakat Muslim bahwa perbankan konvensional mengandung unsur riba yang dilarang oleh agama Islam¹. Lembaga keuangan syariah menghadirkan BMT (Baitul Maal Wa Tamwil) sebagai lembaga yang baru dalam pemberdayaan masyarakat melalui system simpan pinjam syariah yang dimaksudkan untuk menjadi alternative yang lebih inovatif dalam jasa keuangan.

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) atau Balai Usaha Mandiri Terpadu adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil untuk menumbuhkembangkan derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin, ditumbuhkan atas prakarsa dan modal awal dari tokoh-tokoh masyarakat setempat dengan berlandaskan pada sistem ekonomi yang *salaam*. BMT berfungsi untuk menghimpunan dan menyalurkan dana kepada anggotanya. BMT pertama kali yang didirikan bernama “Bait at Tamwil Salman” pada tahun 1980 oleh beberapa aktivis mahasiswa ITB. Sampai dengan akhir tahun 2008, sudah terdapat 3.200 BMT di seluruh Indonesia.

¹ Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta : Pustaka Alvabet, 2006 h.7

Di dalam nama Baitul Maal wat Tamwil terdapat 2 (dua) istilah yaitu Baitul Maal dan Baitut Tamwil. Baitul Maal lebih memfokuskan untuk mengumpulkan dan menyalurkan dana nonprofit (zakat, infak dan sedekah). Adapun untuk Baitut Tamwil lebih berfungsi untuk mengumpulkan dan menyalurkan dana komersial. Dari penggabungan keduanya, BMT mempunyai fungsi ganda yaitu fungsi sosial dan fungsi ganda. BMT menggunakan badan hukum koperasi dan sering disebut dengan koperasi jasa keuangan syariah (KJKS).

BMT bersifat terbuka, independen, berorientasi pada pengembangan simpanan dan pembiayaan untuk mendukung bisnis ekonomi yang produktif bagi anggota dan kesejahteraan sosial masyarakat sekitar, terutama usaha mikro dan fakir miskin.² BMT memberi kontribusi besar bagi meningkatkan kepercayaan masyarakat pada nilai-nilai luhur. Nilai-nilai yang berasal dari Islam secara syariah maupun dari yang memang secara fitri merupakan bawaan manusia secara universal. Gairah untuk saling tolong menolong, memberi dan menerima, tanpa disertai rasa keangkuhan maupun rasa rendah diri, secara bertahap mulai bisa ditegakan kembali. Kepercayaan diri sebagai manusia bermartabat, serta kepercayaan kepada orang lain juga sebagai manusia yang bermartabat, ditambah dengan rasa optimis

² Kautsar Riza Salman, *Akutansi Perbankan Syariah Berbasis PSAK Syariah*, Padang : Akademia Permata, 2012, h. 10.

menghadapi persoalan ekonomi, perlahan-lahan berhasil ditumbuhkan.³

Keberadaan BMT sebagai lembaga keuangan mikro islam yang bergerak pada sektor riil masyarakat bawah dan menengah sejalan dengan lahirnya Bank Muamalat Indonesia (BMI), secara operasional tidak dapat menyentuh masyarakat kecil ini, maka BMT menjadi salah satu lembaga keuangan mikro islam yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Selain itu peranan lembaga ekonomi islam berfungsi sebagai lembaga yang berada di daerah-daerah untuk terhindar dari sistem bunga yang diterapkan di bank konvensional.

Tugas dari BMT selain menyalurkan dana dan menghimpun dana, BMT juga menambahkan nilai-nilai syariah dalam kegiatan muammalahnya. Kekuatan yang dimiliki BMT inilah yang menjadi nilai lebih lembaga keuangan mikro syariah yang terus berkembang dan menjadi lembaga keuangan yang semakin terpecaya.

Perkembangan BMT yang sangat pesat di Indonesia, menjadi fenomena tersendiri. Dengan kegiatan operasional yang berlandaskan syariah dan lebih dekat dengan usaha kecil dan

³ Awalil Rizky, *BMT Fakta dan Prospek Baitul Maal Wat Tamwil*, Yogyakarta : UCY Press, cet ke-1, 2007, h. 179-180.

masyarakat menengah ke bawah ini menjadi perhatian tersendiri bagi masyarakat, khususnya masyarakat muslim. Dalam proses pengajuan pembiayaan yang lebih mudah dari pada lembaga keuangan perbankan membuat BMT ini semakin banyak diminati masyarakat.

Salah satu BMT tersebut adalah BMT Al-Hikmah, merupakan lembaga keuangan syariah yang berfungsi sebagai tempat pengelola dana dari masyarakat yang kelebihan dana serta menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan bagi usaha-usaha yang membutuhkan dana sebagai modal usaha dengan menggunakan prinsip syariah. BMT Al-Hikmah tumbuh dan berkembang di wilayah kecamatan Ungaran. BMT Al-Hikmah dibentuk dalam upaya menciptakan lembaga perekonomian masyarakat sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas sosial kehidupan ekonomi umat Islam, sasaran utama para pedagang diwilayah kecamatan Ungaran, yang berdampak pada meningkatnya ekonomi masyarakat ataupun mitra usaha yang dibina menuju kearah yang lebih baik, lebih aman dan lebih adil.

Dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga keuangan syariah, BMT Al-Hikmah menawarkan produk *funding* dan *landing* dan diharapkan produk-produk yang ditawarkan dapat diterima dikalangan masyarakat. maka BMT Al-Hikmah harus mampu bersaing dengan BMT-BMT lain. Produk yang

ditawarkan di BMT Al-Hikmah pun cukup beragam, mulai dari produk penghimpunan dana atau simpanan (*funding*), seperti Sirela (Simpanan Suka Rela Lancar), Simpel (Simpanan Pelajar), Sisuqur (Simpanan Qurban), Sisuka (Simpanan Berjangka), Siwadiyah (Simpanan Berhadiah), Sihaji/Umroh (Simpanan Ibadah Haji/Umroh). Hingga produk pendanaan atau penyaluran dana (*landing*) yang berupa jenis pembiayaan untuk kegiatan usaha produktif baik investasi maupun modal kerja, seperti pembiayaan mitra usaha dengan prinsip *mudharabah/musyarakah* (bagi hasil), pembiayaan multi barang dengan prinsip *murabahah* (jual beli) dan pembiayaan multi jasa menggu nakan prinsip jasa *ijarah*(sewa menyewa). BMT Al-Hikmah telah menunjukan bahwa produk yang ditawarkan berbeda dengan sistem konvensional. Salah satunya adalah produk pembiayaan pendidikan menggunakan akad *Ijarah*.

Ijarah merupakan akad yang memfasilitasi transaksi pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/upah tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang. Akad ini merupakan akad sewa-menyeewa yang diperbolehkan oleh syariah. Akad sewa-menyeewa dalam lembaga keuangan dapat

digunakan untuk transaksi penyewaan suatu barang maupun penggunaan suatu jasa yang dibutuhkan oleh anggota.⁴

Kurangnya minat nasabah terhadap pembiayaan pendidikan menggunakan *ijarah* dibanding dengan produk pembiayaan lain. Sebagaimana dalam tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1

Minat Anggota KSPPS BMT Al-Hikmah Kantor Cabang Bandungan

NO	Akad	Minat Anggota
1	MBA Angsuran (Murabahah)	287
2	Al Ijarah	47

Sumber : Data Sekunder 2017 BMT Al-Hikmah Kantor Cabang Bandungan

Dari tabel 1.1 dijelaskan bahwa minat nasabah terhadap pembiayaan murabahah angsuran sebanyak 287 dan Al Ijarah 47 maka dapat dilihat kurangnya minat nasabah terhadap pembiayaan Al Ijarah di BMT Al-Hikmah kantor cabang Bandungan, sehingga diperlukan strategi pemasaran terhadap

⁴ Rizal Yaya et al, *Akuntansi Perbankan Syariah Teori Praktik Kontemporer*, Jakarta : Salemba Empat, 2014, h.252

pembiayaan pendidikan menggunakan akad *ijarah* agar mampu bersaing dan eksis dengan pembiayaan yang sama.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang strategi pemasaran pembiayaan pendidikan *ijarah* di BMT Al-Hikmah Cabang Ungaran yang dituangkan dalam tugas akhir ini dengan judul “STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN PENDIDIKAN DENGAN MENGGUNAKAN AKAD *IJARAH* DI KSPPS BMT AL HIKMAH KANTOR CABANG BANDUNGAN”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan pendidikan menggunakan akad *Ijarah* di KSPPS BMT Al-Hikmah Kantor Cabang Bandungan?
2. Bagaimana Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman (SWOT) Strategi pemasaran pembiayaan pendidikan dengan menggunakan akad Ijarah di KSPPS BMT Al-Hikmah Kantor Cabang Bandungan ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan tersebut, maka tujuan dari penelitian adalah :

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran pembiayaan pendidikan menggunakan akad *Ijarah* di KSPPS BMT Al-Hikmah Kantor Cabang Bandungan.
- b. Untuk mengetahui Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman (SWOT) Strategi pemasaran pembiayaan pendidikan dengan menggunakan akad *Ijarah* di KSPPS BMT Al-Hikmah Kantor Cabang Bandungan

2. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan untuk dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait, diantaranya adalah :

- a. Manfaat bagi penulis : Penelitian ini dapat memberikan pengertian langsung mengenai strategi pemasaran digunakan untuk pembiayaan pendidikan menggunakan akad *Ijarah*.
- b. Manfaat bagi BMT : Penelitian ini dimaksudkan untuk memperkenalkan produk yang sesuai dengan syariah kepada masyarakat serta memperkenalkan produk-produk lain khususnya pembiayaan pendidikan menggunakan akad *Ijarah*.
- c. Manfaat bagi akademis : Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk mendalami teori yang ada dalam

perkuliahan mengenai strategi pemasaran pembiayaan pendidikan dengan menggunakan akad *Ijarah*.

- d. Manfaat bagi masyarakat : Penelitian ini diharapkan untuk menjadi salah satu wahana informasi bagi masyarakat mengenai operasional BMT, khususnya strategi pemasaran produk penyaluran dana pada pembiayaan pendidikan melalui akad *Ijarah*.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka yang penulis sajikan sesuai dengan pembahasan ini. Studi ini dilakukan dalam rangka menemukan kesimpulan relevansi hasil penelitian maupun buku-buku yang sesuai dengan tujuan penelitian. Hal ini tercemin dalam hasil karya-karya dengan permasalahan penelitian antara lain :

1. Ribut Gumal Putra dalam tugas akhirnya yang berjudul “Strategi Pemasaran Pembiayaan Pendidikan Ijarah Multi jasa di KJKS Binnama Semarang”. Penelitian tersebut membahas mengenai strategi pemasaran pembiayaan pendidikan menggunakan Analisis SWOT. Persamaan dari penelitian ini terletak pada strategi pemasaran. Sedangkan perbedaannya

penulis membahas tentang prosedur pengajuan pembiayaan pendidikan dengan menggunakan ijarah multijasa.⁵

2. Ajeng Mar'atus Solihah, dalam skripsi yang berjudul “Penerapan Akad Ijarah Pada Pembiayaan Multijasa dalam Perspektif Hukum Islam”. Penelitian tersebut membahas mengenai penerapan akad Ijarah dalam pembiayaan multijasa dalam perspektif islam di Lembaga Keuangan Syariah. Persamaan dari penelitian ini terletak pada akad ijarah pada pembiayaan multijasa. Sedangkan perbedaannya penulis membahas strategi pemasaran pembiayaan pendidikan menggunakan ijarah multijasa.⁶
3. SRI HANDAYAN dalam tugas akhir yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multijasa PJKTI di BPRS Gala Mitra Purwodadi. Penelitian tersebut membahas tentang strategi pemasaran pembiayaan multijasa PJKTI dan kendala-kendala yang dihadapi dan cara mengatasinya. Persamaan dari penelitian ini terletak pada strategi pemasaran. Sedangkan

⁵ Ribut Gumala Putra, "Strategi Pemasaran Pembiayaan pendidikan Ijarah Multi Jasa di KJKS BINAMA SEMARANG", Tugas Akhir, Semarang. UIN Walisongo,2012

⁶ Ajeng Mar'atus Solihah,"PenerapanAkad Ijarah Pada Pembiayaan Multijasa dalam Perspektif Hukum Islam", Skripsi, Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2014

perbedaannya penelitian tersebut membahas tentang kendala-kendala dan cara mengatasinya.⁷

Dilihat dari Tugas Akhir dan skripsi yang terdahulu belum banyak pemahaman yang diterima oleh nasabah maka dari itu penulis mengangkat judul Tugas Akhir “Strategi Pemasaran Pembiayaan Pendidikan Dengan Menggunakan Akad Ijarah Multijasa di KSPPS BMT Al-Hikmah Kantor Cabang Bandungan”.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah sekumpulan teknik atau cara yang digunakan dalam penelitian yang meliputi proses pelaksanaan dan proposal hasil penelitian.⁸ Penelitian ini merupakan suatu sarana pokok dalam pengembangan ilmu pengetahuan maupun teknologi. Hal ini bertujuan mengungkapkan kebenaran secara sistematis, metologis dan konsisten. Melalui proses penelitian tersebut diadakan analisa dan kontruksi terhadap data yang telah dikumpulkan dan diolah.

⁷Sri Handayani, “*Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multijasa PJKTI di BPRS Gala Mitra Purwodadi*”, Tugas Akhir, Semarang, UIN Walisongo, 2016

⁸ Sifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Jogjakarta:Pustaka Pelajar, 1998, h.67

Di dalam tugas akhir ini akan memakai beberapa metode penelitian, diantaranya adalah :

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan ini adalah lapangan/*field research*, yakni metode pengumpulan data kualitatif yang tidak memerlukan pengetahuan mendalam akan *literatur* yang digunakan, yakni penelitian yang menghasilkan penemuan yang tidak dapat dicapai menggunakan prosedur statistik atau dengan cara kualifikasi lainnya. Bogdan dan Taylor, sebagaimana dikutip oleh Lexy J. Meleong mendefinisikan metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data *deskriptif* berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁹ Data yang bersifat kualitatif adalah data yang bukan berbentuk data angka atau nominal tertentu, tetapi lebih berbentuk kalimat pertanyaan, uraian, deksripsi yang mengandung suatu makna dan nilai tertentu yang diperoleh melalui instrumen penggalian data khas kualitatatif seperti wawancara, observasi, analisis dokumentasi dan sebagainya.¹⁰

2. Sumber Data

⁹ Lexy J.. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 2009, h. 4

¹⁰ Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi dan Fokus Groups: Sebagai Instrumen Penggalian Data Kualitatif*, 2013 h.10

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 macam :

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan.¹¹ Data primer diperoleh wawancara langsung kepada Kepala Cabang BMT Al-Hikmah, Karywan BMT Al Hikmah kantor cabang Bandungan dan Nasabah.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas dokumen, laporan-laporan, buku-buku, slip angsuran, brosur, form pengajuan angsuran, tanda terima angunanform permohonan menjadi anggota dan struktur organisasi BMT Al-Hikmah kantor cabang Bandungan.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Metode pengumpulan data melalui observasi yaitu proses pengambilan data dengan menggunakan

¹¹ Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, Yogyakarta : Ghaha Ilmu cet.ke 1, 2010, h.9

pengamatan secara langsung dengan menggunakan mata tanpa pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.¹² Kegiatan observasi meliputi melakukan kegiatan pencatatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan.¹³ Tehnik ini membuat adanya pengamatan dari si peneliti secara langsung terhadap objek penelitiannya dan instrumen yang dipakai dapat berupa lembar pengamatan, paduan pengamatan, dan lainnya.

Observasi yang digunakan penulis disini adalah pengamatan berstruktur, dimana penulis telah mengamati strategi pemasaran dan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) Strategi pemasaran pembiayaan pendidikan dengan menggunakan akad Ijarah di KSPPS BMT Al-Hikmah Kantor Cabang Bandungan

b. Metode Wawancara

Metode wawancara diartikan sebagai proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan

¹² Moh Nazir, *Metode Penelitian*, Jakarta, Ghalia Indonesia, Cet 6, 2005, h. 175

¹³ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2006, h.224

cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).¹⁴ Wawancara dimulai dengan mengemukakan topik yang umum untuk membantu peneliti memahami prespektif makna yang diwawancarai.¹⁵

Wawancara ini dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab dengan karyawan maupun pihak terkait yang mengerti tentang strategi pemasaran pembiayaan pendidikan dan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) strategi pemasaran pembiayaan pendidikan dengan menggunakan akad Ijarah di KSPPS BMT Al-Hikmah Kantor Cabang Bandungan Metode Dokumentasi

Metode Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial.¹⁶ Pengumpulan data melalui metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau *variable* yang berupa catatan, buku dan lain-lain yang

¹⁴ Nazir, *Metode*,...,h.194

¹⁵ Sarwono, *Kualitatif*.,h.225

¹⁶ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta : Prenada Media Group, 2007, h.124

bertujuan untuk mengumpulkan berbagai informasi pengetahuan.¹⁷

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir ini merupakan hal yang sangat penting karena memiliki fungsi menyatakan garis-garis besar masing-masing bab yang saling berkaitan dan berurutan.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang Latar Belakang, Manfaat dan Tujuan Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metodologi Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang Pengertian Pemasaran, Pengertian Strategi, Pengertian Pembiayaan, Pengertian Pendidikan dan Pengertian Akad Ijarah.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

¹⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rieneka Cipta, Edisi 3, 1996, h. 148

Dalam bab ini menjelaskan gambaran KSPPS BMT Al-Hikmah kantor cabang Bandungan yang meliputi : Sejarah singkat berdirinya KSPPS BMT Al-Hikmah cabang Bandungan, Visi dan Misi, struktur organisasi, produk serta perkembangan KSPPS BMT Al Hikmah.

BAB IV**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini berisi tentang pembahasan dan hasil penelitian yaitu, mengenai strategi pemasaran dan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) Ssrategi pemasaran pembiayaan pendidikan dengan menggunakan akad Ijarah di KSPPS BMT Al-Hikmah Kantor Cabang Bandungan

BAB IV**PENUTUP**

Bab ini berisikan tentang Kesimpulan, Saran dan Penutup.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**