BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dengan di terbitkannya Undang-Undang No.10 tahun 1998 tentang Perubahan Perubahan Undang-Undang tahun 1992 tentang Perbankan, sistem perbankan syariah secara tegas ditempatkan sebagai sistem dari perbankan nasional. Undang-Undang berikut di ikuti dengan ketentuan pelaksanaan keputusan Direksi Bank Indonesia pada tanggal 12 Mei 1999. Yaitu tentang Bank Umum, Bank Umum yang berdasarkan prinsip syariah, Bank Perkreditan Rakyat, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Perangkat hukum tersebut di harapkan dapat memberikan dasar hukum yang kokoh dan peluang yang lebih besar dalam mengembangkan Perbankan syariah di Indonesia.[1]

Berawal dari lahirnya Bank Muamalat Indonesia sebagai sentral perekonomian yang bernuansa Islam, maka bermunculan lembaga-lembaga keuangan yang lain. Yaitu ditandai dengan tingginya semangat bank konvesional untuk mendirikan lembaga keuangan Islam yaitu bank syariah. Sehingga secara otomatis sistem perekonomian Islam telah mendapatkan tempat dalam kencah perekonomian di tanah air Indonesia. Perkembangan ekonomi Islam tidak hanya berhenti pada tingkatan ekonomi

---

[1] Gita Danupranata, "*Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*", Jakarta : Salemba Empat, 2013, *h* 33.

makro, tetapi telah mulai menyentuh sektor paling bahwa yaitu mikro. Lahirnya lembaga keuangan mikro Islam yang berorientasi sebagai lembaga sosial keagamaan, kemudian popular dengan istilah BMT.

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) merupakan salah satu perintis lembaga keuangan *non* bank dengan prinsip syariah di Indonesia. *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) sebagai lembaga ekonomi yang bermisi memberdayakan pengusaha kecil bawah yang menerapkan prinsip syariah, telah terbukti berperan dalam membangun perekonomian masyarakat khususnya lapisan bawah. Dikarenakan perannya yang sangat strategis inilah, akhirnya pada tanggal 7 Desember 1997 Presiden RI berkenan mencanangkan BMT sebagai gerakan nasional dalam rangka memberdayakan masyarakat lapisan bawah.[2]

Dalam memberdayakan masyarakat lapisan paling bawah BMT mempunyai agenda yaitu pengembangan dalam bantuan permodalan. Untuk melancarkan pembiayaan tersebut, maka BMT berupaya menghimpun dana, dan menyalurkan dana yang utama berasal dari masyarakat lokal sekitarnya. Dengan kata lain, BMT pada prinsipnya berupaya mengorganisir usaha saling tolong menolong antar warga masyarakat suatu wilayah dalam masalah ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan anggota dan ummatnya.

---

[2] Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, Yogyakarta : UII Press, 2004, h.126.

Pembiayaan yang sering digunakan dalam lembaga keuangan syariah terutama BMT diantaranya menggunakan sistem pembiayaan *mudharabah*, guna memperlancar roda perekonomian ummat. Sebab dianggap mampu menekan terjadinya inflasi karena tidak ada ketetapan bungan yang harus di bayarkan ke bank. Selain itu juga dapat mengubah haluan kaum muslimin dalam bertransaksi perdagangan dan keuangan yang berdasarkan pada syariah Islam. Pembiayaan *mudharabah* secara tidak langsung adalah sebuah penolakan terhadap sistem bunga yang ditetapkan oleh bank konvensional dalam mencari keuntungan. Oleh karena itu pelarangan bunga ditinjau dari agama Islam merupakan perbuatan riba yang diharamkan dalam Al Quran. Sebab larangan riba tersebut bukanlah meringankan orang yang dibantu, melainkan merupakan tindakan yang memperalat dan memakan harta orang lain, dalam hal ini adalah anggota.

Pembiayaan *mudharabah* adalah salah satu akad pembiayaan yang di berikan kepada anggotanya. Pembiayaan *mudharabah* ini merupakan akad kerja sama anatara usaha dua pihak dimana pihak pertama sebagai shahibul mal yang menyediakan seluruh modalnya sedangkan pihak kedua sebagagi mudharib (pengelola). Sedangkan keuntungan usaha ini di bagi menurut kesepakatan kedua belah pihak.

Dengan semakin bertambahnya perkembangan perekonomian di negara Indonesia saat ini dapat dilihat banyak bermunculan lembaga-lembaga keuangan yang menerapakan

prinsip Syari'at Islam seperti perbankan Syariah, Pegadaian Syariah, Asuransi Syariah dan *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT), menyebabkan setiap lembaga keuangan Syariah dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif karena semakin ketat tingkat persaingan bisnis maka dibutuhkan fungsi pemasaran yang baik, sehingga tujuan yang diharapkan oleh Lembaga Keuangan Syariah akan tercapai, karena pemasaran merupakan faktor utama yang penting dalam kelangsungan hidup Lembaga Keuangan tersebut.

Dalam operasionalnya, strategi pemasaran tidak hanya dibutuhkan oleh perbankan saja. Namun BMT sebagai lembaga keuangan mikro juga penting akan adanya strategi pemasaran yang dimiliki untuk kelangsungan hidup BMT. Secara konsep memang BMT menghendaki adanya bebas riba dan juga penerapan pemasarannya sesuai dengan syariah sehingga terciptanya keadilan.

Pada umumnya orang mengasumsikan mengenai pemasaran atau memasarkan barang yaitu menjual barang agar laku terjual. Hal tersebut hanyalah sebagian kecil dari kegiatan pemasaran. Pemasaran memiliki cakupan kegiatan yang luas dari itu. Pemasaran meliputi perumusan jenis produk, bagaimana cara menyalurkan produk tersebut kepada konsumen, seberapa tinggi harga yang seharusnya ditetapkan terhadap produk tersebut yang cocok dengan kondisi konsumenya, bagaimana cara promosi untuk mengkomunikasikan produk tersebut kepada konsumen,

serta bagaimana mengatasi kondisi persaingan yang dihadapi oleh perusahaan dan sebagainya.[3]

KSPPS Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu adalah salah satu jenis koperasi syariah simpan pinjam yang memamnfaatkan dana dari masyarakat yang berupa tabungan. Kemudian menyalurkan dana kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dengan maksud agar dapat memberikan pelayanan kepada masyarakat usaha kecil untuk meningkatkan kualitas hidup. Salah satu pembiayaan yang ada pada KSPPS Bina Ummat sejahtera Cabang Kaliwungu menggunakan pembiayaan *mudharabah.* Pembiayan tersebut merupakan bentuk permodalan dalam meningkatkan usaha kecil yang ada pada masyarakat. Kebanyakan masyarakat berminat dalam pembiayaan tersebut. Dalam hal ini pembiayaan *mudharabah* memang banyak diminati, tapi untuk target penerimaan dalam pembiayaan ini kurang. oleh karena itu penulis tertarik untuk membahas uraian tersebut dengan judul **''STRATEGI MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA PEMBIAYAAN *MUDHARABAH* DI KSPPS BINA UMMAT SEJAHTERA CABANG KALIWUNGU''.**

---

[3]Indriyo Gitosudarmo, M*anajemen Strategis*, Yogyakarta: BPFE, 2001, *h.183*

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam upaya menigkatkan jumlah anggota pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu?
2. Bagaimana analisis SWOT pada produk pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis diantaranya adalah :

1. Untuk memahami strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah anggota yang digunakan dalam pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu.
2. Untuk mengetahui analisis SWOT pada produk pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Bina Ummat Sejahtera Cabang kaliwungu.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

1. Bagi penulis
   a. Dapat menambah wawasan, pengetahuan tentang strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah anggota

pembiayaan *mudharabah* yang ada di KSPPS Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu.

b. Untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Ahli Madya dalam ilmu Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

2. Bagi pembaca

   Dapat menambah informasi yang bermanfaat mengenai upaya dalam meningkatkan anggota pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu dan dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa yang menyusun Tugas Akhir.

3. Bagi KSPPS Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu

   a. Sebagai media publik ke masyarakat untuk memperkenalkan produk Pembiayaan *mudharabah*.

   b. Memperkenalkan apa saja produk-produk yang ada di KSPPS Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu kepada masyarakat, memberikan informasi dan pengetahuan tambahan yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan usaha secara syariah.

4. Bagi masyarakat

   a. Masyarakat dapat lebih percaya kepada pihak KSPPS Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu.

b. Masyarakat dapat menghargai dan saling membantu dalam kerjasamanya dengan pihak KSPPS Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk mendukung penalaahan mendeai seperti yang dikemukakan di latar belakang masalah, maka penulis berusaha untuk melakukan kajian awal terhadap ataupun karya-karya yang memiliki relevansi terhadap topic yang ingin diteliti.

1. Karya khomiyah yang berjudul tentang "*Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan mudharabah di BNI Syariah Pekalongan*"., ia menemukan bahwa dalam menerapkan strategi pemasaran produk pembiayaan *mudharabah* BNI Syariah Pekalongan memperhatikan beberapa faktor antara lain faktor-faktor pasar sasaran (*target market*) dan faktor bauran pemasaran (*marketing mix*). Strategi dalam menentukan pasar sasaran (*target mix*) produk pembiayaan *mudharabah*, BNI Syariah Pekalongan. menggunakan strategi segmentasi pasar (*segmentation*), penentuan sasaran (*targeting*) dengan variable yang mempengaruhi, yaitu: *market size, competitive advance, competitive situation*, serta strategi yang ketiga adalah positioning. Dalam bauran pemasaran, BNI Syariah Pekalongan menggunakan variable produk atau jasa (*product)*, harga *(price*), saluran distribusi *(place*) dan promosi (*promotion*).

2. Eny (2006) dalam tesisnya yang berjudul *"Strategi Pemasaran Bank Perkreditan Rakyat Syariah di Yogyakarta (Study Kasus di PT Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bangun Drajat Warga di Yogyakarta)"*. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa strategi pemasaran serta implementasi PT BPR Syariah BDW adalah dengan cara mensosialisasikan produknya berdasarkan prinsip syariah pada organisasi-organisasi serta masyarakat di bawah naungan Muhammadiyah khususnya dan tidak menutup kemungkinan dari pihak luar. Dari kalangan Muhammadiyah inilah modal yang diperoleh untuk keberlangsungan perusahaan. Dalam melakukan pemasaran produk paling diminati oleh masyarakat adalah "Tabungan Ummah" yaitu tabungan sewaktu-waktu dapat diambil sesuai dengan kesepakatan dan besarnya modal yang disetor. Selain produk tabungan ummah " Produk Rumah Sehat Bersubsidi " dengan prinsip jual beli menggunakan sistem pembayaran secara tangguhan atau angsuran merupakan produk unggulan dari perusahaan.

Berdasarkan penelitian di atas penulis menemukan perbedaan focus obyek yang ditelti, dimana penelitian karya khomsiyah meneliti obyek tentang strategi pemasaran produk pembiayaan *mudharabah*, sedangkan penulis memfokuskan pada obyek mengenai upaya meningkatkan jumlah anggota pembiayaan *mudharabah* di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Data yang bersifat kualitatif adalah data yang bukan berbentuk angka atau nominal tertentu, tetapi lebih sering berbentuk kalimat pertanyaan, uraian, deskripsi yang mengandung suatu makna dan nilai (*values*) tertentu yang diperoleh melaluing instrumen penggalian data khas kualitatif seperti wawancara, observasi, facussed group discussion, analisis dokumentasi dan sebagainya[4]. Bodgan dan Taylor mendefinisikan metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang dihasilkan dari data yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati[5].

2. Metode Pengumpulan Data.

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

a. Metode *Observasi*

Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa, *observasi* merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikhologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-

---

[4] Haris Herdiansyah, "*Wawancara, Observasi Dan Focus Groups*", Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2013, h.10.

[5] Lexy J. Meleong, "*Metodelogi Penelitian Kualitatif*", Bandung:PT. Remaja Rosda Karya, 2002, *h* 3.

proses pengamatan dan ingatan[6]. Metode *observasi* meliputi melakukan pencatatan secara sistematik kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan[7]. Pada waktu melakukan *observasi*, peneliti dapat ikut berpartisipasi atau hanya mengamati saja orang-orang yang hendak melakukan Pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu. Kemudian peneliti dapat mengamati dan mencatat secara sistematis sesuai dengan tujuan penulisan dengan melihat langsung proses kegiatannya. Dalam metode ini peneliti mengambil data yang berhubungan dengan cara Magang di KSPPS Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu.

b. Metode Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Dapat juga dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, dimana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu obyek yang diteliti dan telah

---

[6]Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif* dan R&D", Bandung:Alfabeta cv, 2016, *h* 145.

[7] [7] Jonathan Sarwono, *"Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif"*, Yogyakarta:Graha Ilmu, 2006,*h*. 224.

dirancang sebelumnya[8]. Narasumber dalam penelitian ini adalah Manager (Ketua KSPPS Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu Bapak Rohmat Basuki dan Karyawan yang terkait dalam Pembiayaan (General Affair dan Marketing).

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sarana pembantu peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca surat-surat, pengumuman, iktisar rapat, pernyataan tertulis kebijakan tertentu dan bahan-bahan tulisan lainnya[9].Peneliti mengumpulkan data-data yang berupa catatan-catatan, arsip-arsip, dokumen-dokumen dan rekaman wawancara. Adapun data-data yang diperoleh dari metode ini yaitu brosur, formulir simpanan, petunjuk teknis simpanan di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu.

d. Sumber Data

1) Data primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber data asli (tanpa melalui perantara)[10]. Data primer yang didapat

---

[8] Muri Yusuf, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*", Jakarta:Kencana, 2014, *h* 372.

[9]Sarwono, *Metode,… h*. 225.

[10]Nur Indrianto, "*Metodelogi Penelitian Bisnis untuk Akutansi dan Manajemen*", Yogyakarta: BPFEE, 1999, *h* 147.

melalui dokumen yang ada di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu, wawancara langsung kepada manager dan karyawan korlap.

2) Data sekunder

Sebelum memutuskan untuk mengumpulkan data primer, setiap peneliti harus menganalisis data sekunder terlebih dahulu[11].

3. Metode Analisis Data.

Dalam penelitian ini metode analisis yang di gunakan adalah diskriptif analisis yaitu penelitian yang dilakukan untuk memberikan gambaran lebih mengenai suatu gejala atau fenomena. Yang apabila datanya sudah terkumpul akan di klasifikasikan menjadi data yang di nyatakan dalam bentuk kata-kata atau simbol. Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berguna untuk memudahkan proses kerja dalam menyusun Tugas Akhir ini serta untuk mendapatkan gambaran dan arah penulisan yang baik dan benar. Penyusunan Tugas Akhir ini terdiri dari atas 5 (lima) bab, yang terdiri dari :

Bab I Pendahuluan, dalam bab ini akan dibahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat

---

[11] Muhamad, "*Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam*", Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2008, *h* 105.

penulisan, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan teori, tinjauan teoritis tentang pengertian strategi pemasaran, pembiayaan, dan akad *mudharabah* di KSPPS Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu.

Bab III Gambaran Umum KSPPS Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu, bab ini berisi tentang profil, Produk, dan Pengelolaan usaha syariah dan ruang lingkup pemasaran di KSPPS Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, bab ini berisi tentang strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah anggota pembiayaan *mudharabah* di KSPPS Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu.

Bab V Penutup, bab ini terdiri dari kesimpulan, saran-saran, dan kata penutup.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN