

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Ratusan tahun sudah ekonomi dunia didominasi oleh perbankan dengan sistem bunga. Banyak negara yang telah mencapai kemakmurannya dengan sistem ini, meskipun lebih banyak lagi negara yang belum termasuk negara yang makmur. Pengalaman di bawah dominasi perbankan dengan sistem bunga selama kurun waktu tersebut membuktikan ketidakmampuan sistem tersebut untuk menjembatani kesenjangan ini. Di antara negara maju dan negara berkembang kesenjangan ini semakin lebar, sedangkan di dalam negara berkembang, kesenjangan itu pun semakin dalam.

Dalam kaitan dengan kesengajaan ekonomi yang terjadi, para ahli ekonomi lebih banyak menyorotinya dari segi orang yang mengelolanya atau dari segi manajemen. Masih belum banyak yang mau menyoroti sistemnya, yang mungkin disebabkan sistem perbankan dengan bunga yang memiliki kerangka operasional yang lebih mudah sehingga di anggap lebih baik.

Baru kira- kira 20 tahun yang lalu, para ahli syari'ah Islam yang belajar ekonomi memperkenalkan sistem perbankan bebas bunga. Latar belakang tumbuhnya keinginan untuk menciptakan sistem perbankan bebas bunga ini adalah adanya kesangsian terhadap bunga, suatu argumentasi yang sangat kuat yang menyamakan bunga bank dengan riba yang di haramkan dalam Al-Qur'an dan Hadits. Beberapa ahli sejarah menggagap tumbuhnya

bank-bank syari'ah berjalan bersamaan dengan kebangkitan kembali nilai-nilai luhur agama islam yang pernah tenggelam karena penjajahan<sup>1</sup>

Indonesia baru memulai menggunakan sistem bagi hasil pada tahun 1992, yakni dengan berdirinya BMI (Bank Muamalat Indonesia), dan bank syari'ah semakin tumbuh pesat setelah adanya revisi dari Peraturan Pemerintah no.72 tahun 1992 menjadi UU Perbankan no.10 tahun 1998 yang berisikan tentang bank yang beroperasi dengan sistem bagi hasil. Dan di perbaharui dengan adanya Peraturan BI No. 6/24/PBI/2004 yang berisikan tentang Bank Umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syari'ah.<sup>2</sup>

Setelah lahirnya UU tentang perbankan, perkembangan perbankan syari'ah semakin pesat. Hal ini bisa kita lihat dengan banyaknya lembaga keuangan syari'ah selain BMI (Bank Muamalat Indonesia), yakni lembaga keuangan bank ada BNI Syari'ah, Bank Syari'ah Mandiri (BSM), Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS), dan lain-lain. Hadirnya lembaga keuangan ini diharapkan mampu menjangkau masyarakat paling bawah, untuk mengenal dan memanfaatkan jasa lembaga keuangan.

Namun beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga keuangan bank, umumnya tidak mampu menjangkau lapisan masyarakat dari golongan ekonomi menengah dan bawah. Ketidakmampuan tersebut terutama dalam sisi penanggung risiko dan biaya operasi, juga dalam identifikasi

---

<sup>1</sup> Muhamad, *Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, Yogyakarta: UII Press, Cet.I, 2000, hlm II

<sup>2</sup> Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syari'ah*, Yogyakarta: UII Press, Cet. I, 2000, hlm I

usaha dan pemantauan penggunaan kredit yang layak usaha. Ketidakmampuan ini menjadi penyebab terjadinya kekosongan pada segmen pasar keuangan di wilayah pedesaan.<sup>3</sup> Dan untuk menanggulangi kejadian seperti ini, perlu adanya suatu lembaga keuangan yang mampu menjadi jalan tengah. Wujud nyatanya adalah dengan memperbanyak pengoperasionalan lembaga keuangan yang berprinsip bagi hasil yang mampu menjangkau rakyat ekonomi menengah ke bawah.

Berdasar pada kebutuhan untuk menciptakan pemerataan ekonomi dari atas sampai bawah, maka lahirlah lembaga keuangan non bank yang di sebut dengan Baitul Maal wa Tamwil (BMT). Baitul Maal wa Tamwil (BMT) merupakan salah satu perintis lembaga keuangan *non* bank dengan prinsip syari'ah di indonesia. Lahirnya Baitul Maal wa Tamwil (BMT) dimulai dari ide para aktivis Masjid Salman ITB Bandung yang mendirikan Koperasi Jasa Keahlian Teknosa pada tahun 80 an. Koperasi inilah yang menjadi cikal bakal berdirinya BMT. Dan akhirnya BMT mulai lahir sejak tahun 1992 yang diprakarsai oleh ARIES MUFTI dengan mendirikan BMT Bina Insan Kamil di Jl. Pramuka Jakpus.<sup>4</sup>

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) sebagai lembaga ekonomi yang bermisi memberdayakan pengusaha kecil bawah dan kecil yang menerapkan prinsip syari'ah, 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

---

<sup>3</sup> *Ibid*, hlm. 5

<sup>4</sup> WWW. Pikiran Rakyat, Minggu, 9 Oktober 2005

mencanangkan BMT sebagai gerakan nasional dalam rangka memberdayakan masyarakat lapisan bawah.<sup>5</sup>

Dengan banyaknya BMT yang bermunculan di Indonesia, salah satu BMT yang juga ikut berperan dalam pemberdayaan masyarakat lapisan bawah yakni BMT Hudatama yang didirikan pada tanggal 2 Oktober 1998 yang terletak di Jl.Tumpang Raya No.32 Semarang.

BMT Hudatama merupakan salah satu BMT yang ada di Semarang yang sangat erat terhadap prinsip syari'ah dalam operasional keseharian. Sehingga BMT Hudatama menjadi salah satu BMT yang perkembangannya sangat pesat di Semarang. Dengan produk- produk pelayanan *funding* dan *landing* yang mampu bersaing dengan lembaga keuangan bank lain.<sup>6</sup>

Sebagaimana kegiatan BMT lain pada umumnya, BMT Hudatama juga melakukan kegiatan yang sama. *Pertama*; kegiatan produktif dalam rangka menciptakan nilai tambah baru dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang bersumber daya manusia. *Kedua*; kegiatan pengumpulan dana dari berbagai sumber seperti zakat, *infaq* dan *shodaqoh* dan lain-lain, yang dapat dibagikan atau disalurkan kepada yang berhak dalam mengatasi kemiskinan.

Sebagaimana fungsi lembaga keuangan baik bank maupun *non* bank yang berperan sebagai *intermediary* antara masyarakat yang kelebihan dana dan masyarakat yang kekurangan dana, BMT Hudatama melakukan penggalangan dana dari anggota dan calon anggotanya. Kemudian dari dana yang telah dihimpun dari anggota atau calon anggota tersebut akan di

---

<sup>5</sup> Pedoman Pengelolaan BMT-Balai Usaha Mandiri Terpadu, PINBUK, Dati II Jateng

<sup>6</sup> Laporan Keuangan BMT Hudatama Per 31 Maret 2012

kembalikan lagi pada mereka yang membutuhkan dana, baik untuk kebutuhan produktif, konsumtif maupun usaha.

Dalam penggalangan dana dari anggota atau calon anggota, BMT Hudatama mempunyai produk-produk *funding* yang bervariasi dengan bagi hasil yang bersaing, di antaranya adalah Simpanan Umat, Simpanan Ukhuwah dan Deposito. Selain itu, BMT Hudatama juga menerima dan menyalurkan *Zakat, Infaq, Shodaqoh, Hibah, Wakaf*, dan lain-lain yang ditangani oleh lembaga LAZIS (Lembaga Amil *Zakat, Infaq* dan *Shodaqoh*) BMT Hudatama, yang mana dana ZIS tersebut hanya dimanfaatkan untuk keperluan yang sifatnya sosial. Dan salah satu produk *funding* yang masih tergolong baru dengan bagi hasil yang sangat tinggi yakni produk Sahabat (Simpanan Usaha Banyak Manfaat).

➤ **Kelebihan dan manfaat simpanan Sahabat**

- a. Simpanan sukarela untuk pengaturan arus kas pribadi
- b. Bagi hasil menarik, dapat dengan leluasa dalam melakukan transaksi, bebas biaya, dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan
- c. Dapat digunakan sebagai investasi, usaha, keperluan pribadi, dll

Perkembangan Nasabah Simpanan Sahabat

Jumlah Anggota Simpanan Harian Sahabat

## Tahun 2009-2011

Tahun	Jumlah Anggota
2009	325 Orang
2010	482 orang
2011	647 orang

➤ **Perhitungan Bagi Hasil**

Perhitungan bagi hasil pada BMT

Contoh perhitungan bagi hasil Sahabat

Bagi hasil hasil bulan januari 0,00683832

Bagi hasl bulan february 0,006817606

Bagi hasil bulan maret 0,006808268

Contoh	1.000.000	1.000.000	1.000.00 0
	JANUARI	FEBRUARI	MARET
SAHA BAT	6.838,33	6.818,61	6.808,27

SAHABAT (Simpanan Usaha Banyak Manfaat) yang ada di BMT Hudatama merupakan produk yang sangat spesial, karena proses pembukaan tabungan yang sangat mudah . Sahabat sendiri diperuntukkan bagi perorangan maupun lembaga yang waktunya tidak ditentukan dan dapat diambil kapan

saja dan juga bagi hasil menarik yang diberikan oleh pihak BMT. Strategi yang paling populer dan banyak diminati nasabah adalah “Jemput Bola”, karena lebih memudahkan nasabah dalam pelayanan. Dari latar belakang tersebut, Penulis sangat tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran Sahabat dan juga faktor yang mempengaruhi masyarakat menggunakan tabungan Sahabat di BMT Hudatama. Sehingga Penulis akan mengambil judul tugas akhir “STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN SAHABAT DI BMT HUDATAMA SEMARANG”.

#### **B. Rumusan Masalah**

Dalam penelitian ini, ada beberapa pokok yang menjadi permasalahan dalam penulisan Tugas Akhir ini, yaitu:

- 1) Bagaimana strategi pemasaran Tabungan Sahabat di BMT Hudatama?
- 2) Kendala-kendala yang dihadapi dalam pemasaran tabungan Sahabat?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian yang penulis lakukan di BMT Hudatama adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi marketing BMT Hudatama dalam mencari dana pihak ketiga.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi BMT Hudatama dalam memasarkan tabungan Sahabat.

#### **D. Manfaat**

Dari kegiatan penelitian yang dilakukan dalam rangka pembuatan TA ini, maka kegunaan penulisan TA adalah:

1. Untuk menambah wawasan dan skripsi bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya mengenai praktek dan mekanisme pemasaran produk tabungan Sahabat di BMT Hudatama Semarang.
2. Dapat menjadi tambahan wacana bagi Lembaga Keuangan lain pada umumnya dan BMT Hudatama pada khususnya.
3. Untuk menambah sumber wacana dan dokumentasi bagi IAIN pada umumnya dan Program D3 perbankan.

#### **E. Metode Penelitian**

##### 1. Cara Mengumpulkan Data

###### a. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah cara pengumpulan data dengan mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan-catatan suatu peristiwa yang ditinggalkan baik tertulis maupun tidak tertulis.<sup>7</sup> Berdasarkan pengertian di atas, maka dalam penyusunan Tugas Akhir ini dilakukan dengan 2 macam data, yaitu:

- Data Primer, adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian yang mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.<sup>8</sup> Dalam hal ini data yang diambil langsung dari BMT Hudatama.
- Data Sekunder, adalah data yang diperoleh lewat pihak lain. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan

---

<sup>7</sup> Sudarsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rieneka Cipta, 2002, hlm. 206

<sup>8</sup> Husain Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka utama, 2000, hlm. 83

yang telah ada.<sup>9</sup> Dalam hal ini data yang diperoleh dari beberapa buku, di antaranya: Teknik Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syari'ah, Manajemen Bank Syari'ah, Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer, dan lain-lain.

b. Observasi

Metode observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek dengan menggunakan indera, baik langsung maupun tidak langsung (dengan alat bantu).<sup>10</sup> Observasi yang dilakukan penulis dengan mengamati secara langsung pemasaran tabungan Sahabat di BMT Hudatama.

c. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab sepihak antara pewawancara dengan koresponden.<sup>11</sup> Di sini penulis mewawancarai beberapa karyawan BMT guna mendapatkan data tentang Sahabat.

2. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini Penulis menggunakan metode deskripsi, yaitu suatu metode penelitian bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang subjek penelitian berdasarkan data dan variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti.<sup>12</sup> Data –data yang diperoleh kemudian

---

<sup>9</sup> *Ibid*, hlm. 83

<sup>10</sup> *Ibid*, hlm. 116

<sup>11</sup> Saifiddin Anwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar 2001, hlm. 125

<sup>12</sup> *Ibid*, hlm. 126

penulis analisa antara prosedur dan pemasaran Sahabat dengan teori dan konsep yang ada.

## **F. Sistematika Penulisan**

### **BAB I. PENDAHULUAN**

Pada bagian ini, dipaparkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, kegunaan penulisan dan sistematika penelitian.

### **BAB II. GAMBARAN UMUM BMT HUDATAMA**

Dalam bab ini dipaparkan tentang gambaran umum BMT Hudatama, visi misi, kegiatan usaha keseharian, struktur organisasi, dan *jobs description* masing-masing serta permasalahan yang dihadapi di BMT Hudatama.

### **BAB III. PEMBAHASAN**

Dalam bab ini membahas keseluruhan dari proses pemasaran produk tabungan Sahabat, cara dan strategi BMT dalam memasarkan produk Sahabat dan kendala-kendala yang dihadapi BMT Hudatama dalam memasarkan tabungan Sahabat.

### **BAB IV. PENUTUP**

Bab ini terdiri dari kesimpulan, saran, dan penutup.