

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring digulirkannya sistem perbankan syariah pada pertengahan tahun 1990-an di Indonesia. Beberapa lembaga keuangan syariah (LKS) tumbuh dan berkembang pesat di Indonesia. Lembaga-lembaga keuangan syariah mempunyai kedudukan yang sangat penting sebagai lembaga ekonomi berbasis syariah ditengah proses pembangunan nasional. Berdirinya lembaga keuangan syariah merupakan implementasi dari pemahaman umat Islam terhadap prinsip-prinsip muamalat dalam hukum ekonomi Islam, selanjutnya direfresentasikan dalam bentuk pranata ekonomi Islam.

Dari sekian banyak lembaga keuangan syariah, BMT merupakan lembaga ekonomi Islam yang dibangun berbasis keumatan, sebab dibentuk dari, oleh, dan untuk masyarakat, dari segi jumlah BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang paling banyak apabila dibanding dengan lembaga-lembaga keuangan syariah lainnya.<sup>1</sup>

Pada akhir Oktober 1995 diseluruh Indonesia telah berdiri lebih dari 300 BMT, dan masing-masing BMT melayani 100-150 pengusaha kecil atau bawah.<sup>2</sup> Kehadiran BMT di Indonesia, selain ditujukan untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat di bidang ekonomi, juga memiliki

---

<sup>1</sup> Hendi Suhendi, dk, *BMT dan Bank Islam*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004). Cet.1. hlm. 5

<sup>2</sup> Baihaqi Abd. Majid dan Saifuddin A. Rasyid (ed), *Paradigma Baru Ekonomi Kerakyatan Sistem Syariah, Perjalanan, Gagasan dan Gerakan BMT di Indonesia*, (Jakarta: PINBUK, 2000), hlm. 289

misi penting bagi pemberdayaan usaha kecil dan menengah diwilayah kerjanya. hal ini didasarkan kepada visi BMT bahwa pembangunan ekonomi hendaknya dibangun dari bawah melalui kemitraan usaha.<sup>3</sup>

Sebagai lembaga ekonomi yang berbasis keumatan atau BMT yang berupaya memainkan peranannya sesuai dengan ketentuan hukum yang ditetapkan pemerintah bagi penyelenggaraan lembaga keuangan berdasarkan prinsip Syariah. UU no. 7/ 1992 tentang perbankan (kini UU no 10/ 1998) dan PP.no. 72/1992 tentang Bank berdasarkan prinsip bagi hasil telah memberikan peluang positif bagi BMT untuk beroperasi secara proporsional.<sup>4</sup>

Eksistensi Lembaga Keuangan Syariah seperti BMT, jelas memiliki arti penting bagi pembangunan ekonomi berwawasan Syariah. Hal ini didasarkan kepada alasan berikut: *pertama*, secara filosofis, BMT merupakan lembaga keuangan yang secara teoritis dan praktis mengacu kepada prinsip-prinsip ekonomi syariah dengan tetap berpedoman kepada al-Qur'an dan As-sunnah. *Kedua*, secara institusional, BMT merupakan lembaga keuangan yang mampu memberikan solusi bagi pemberdayaan usaha kecil dan menengah serta menjadi inti kekuatan ekonomi yang berbasis kerakyatan dan sekaligus menjadi penyangga utama sistem perekonomian yang berbasis nasional. *Ketiga*, sarana yuridis, kedudukan BMT memiliki landasan hukum yang cukup kuat, yang mengacu kepada UU no.7/1997 tentang perbankan ( Kini

---

<sup>3</sup> Hendri Suhendi, dkk. *BMT dan Bank Islam*

<sup>4</sup> M Syafe'i Antonio, *Bank Islam: Dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal . 25

UU no.10/1998 ), dimana BMT dapat menyelenggarakan usaha pelayanan dan jasa keuangan dalam skala kecil dan menengah.<sup>5</sup>

Meskipun dari segi keberadaan dan peranan lembaga keuangan Syariah mengalami perkembangan yang cukup pesat yang ditandai dengan banyak berdirinya lembaga keuangan yang secara operasional menggunakan prinsip bagi hasil atau dikenal dengan prinsip syariah, namun dari segi sosialisasi sistem ekonomi syariah mengenai wawasan dan pengetahuan tentang ekonomi syariah umumnya hanya dikalangan akademisi dan praktisi lembaga keuangan syariah saja, sedangkan masyarakat bawah belum tentu mengenal dan memahaminya secara jelas. Padahal ekonomi Syariah merupakan sistem ekonomi yang lebih memberikan daya tawar positif, bukan hanya dari aspek hukum (syariah), tetapi juga bisa menjadi sistem ekonomi alternatif yang dapat mendukung proses percepatan pembangunan ekonomi di Indonesia.

Mengingat di era globalisasi saat ini dimana tingkat persaingan di bidang ekonomi sangat tinggi, setiap perusahaan baik dibidang produk, jasa, maupun barang, dituntut untuk meningkatkan kualitas maupun kuantitasnya terhadap produk yang dihasilkan. Titik pusat perhatian sistem organisasi sebuah lembaga keuangan yang besar adalah pada masalah komunikasi, sehingga pekerjaan praktis dari sebuah lembaga keuangan dapat dipantau dan ketepatan yang praktis dari keputusan-keputusan yang diambil dapat diuji kebenarannya.

---

<sup>5</sup> Hendy Suhendi, dkk, *BMT dan Bank Islam*, h. vi

Konsep pemasaran lembaga keuangan sebenarnya tidak jauh berbeda dengan konsep pemasaran untuk sektor bisnis, jasa, dan lain-lain. Perbankan merupakan salah-satu jenis industri jasa, sehingga konsep pemasarannya lebih cenderung mengikuti konsep produk jasa. Yang membedakan perbankan dari industri jasa lainnya adalah banyaknya ketentuan-ketentuan dan peraturan pemerintah yang membatasi penggunaan konsep-konsep pemasaran, mengingat industri perbankan merupakan industri yang sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan masyarakat.<sup>6</sup>

Industri perbankan merupakan industri jasa yang disamping bersifat padat karya juga padat ilmu. Oleh karenanya, pertumbuhan dan perluasan industri perbankan tersebut harus disertai dengan usaha yang profesional untuk menyiapkan layanan yang memuaskan nasabah.

Kondisi pasar sekarang lebih berorientasi kepada *buyers market* sehingga perbankan harus mulai berbenah diri dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Dengan kondisi itu lembaga keuangan harus aktif, tidak boleh berdiam diri menunggu nasabah datang, dan untuk itu diperlukan faktor penunjangnya, seperti adanya tenaga kerja yang terampil, sistem organisasi yang baik, sarana yang memadai, serta usaha pemasaran yang efektif dalam memberikan pelayanan kepada para nasabah.

Dalam hubungan ini, perusahaan harus dapat mengatur strategi yang baik untuk menjalankan promosinya agar proses komunikasi antara produsen dan konsumen berjalan lancar. Promosi merupakan kegiatan yang diarahkan

---

<sup>6</sup> Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), cet. 11

kepada konsumen, adapun pengertian promosi menurut Buchari Alma “Promosi adalah sebagai komunikasi yang memberi informasi kepada calon konsumen mengenai suatu produk, yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan mendorong mereka untuk membeli”.<sup>7</sup>

Dengan menggunakan teknik promosi yang baik diharapkan perusahaan dapat mengatasi persaingan dengan perusahaan sejenis, sehingga dapat meningkatkan produktifitas dan pendapatan perusahaan. Dalam dunia bisnis ada ungkapan yang mengatakan suatu kegiatan promosi yang berhasil adalah kegiatan yang mampu naluri ingin memiliki sesuatu produk tertentu. Promosi adalah kebutuhan yang menimbulkan motif atau kekuatan pendorong terjadinya perilaku tertentu, pada umumnya tersembunyi atau tidak tampak kemunculan seperangkat kebutuhan pada saat tertentu biasa disebabkan oleh stimulus internal yang terdapat dalam kondisi psikologis dalam proses emosional ataupun kognitif atau oleh stimulus eksternal dilingkungan sekitar.

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.<sup>8</sup>

Dalam upaya meningkatkan minat menabung siswa di KJKS BMT Sinar Laut Gempolsewu, yaitu dengan cara mempromosikan produk maupun keberadaannya di lingkungan sekolah dan masyarakat luas, karena dengan

---

<sup>7</sup> Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2004), hlm. 292

<sup>8</sup> Slameto, *Belajar dan Faltor-faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 180 .

adanya promosi yang baik maka akan semakin banyak siswa yang mengetahui tentang KJKS BMT Sinar Laut Gempolsewu dan semakin banyak pula siswa yang termotivasi untuk menabung di KJKS BMT Sinar Laut Gempolsewu.

Adapun jumlah besarnya tabungan siswa selama 5 tahun terakhir dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.  
Data Tabungan MI Muhammadiyah 01 Rowosari di  
BMT Sinar Laut Gempolsewu

No	Tahun	Siswa Menabung	Besarnya Tabungan Siswa Pertahun
1	2009	25 siswa	7.853.000
2	2010	32 siswa	10.550.000
3	2011	45 siswa	22.876.000
4	2012	88 siswa	30.000.000
5	2013	120 siswa	37.000.000

Sumber: BMT Sinar Laut Gempolsewu, tanggal 31 Desember 2013

Maka dari uraian tersebut peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana “Pengaruh Promosi KJKS BMT Sinar Laut Gempolsewu Terhadap Minat Menabung Siswa di Mi Muhammadiyah 01 Rowosari Kecamatan Rowosari Kabupaten Kendal”.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: Seberapa besar pengaruh promosi KJKS BMT Sinar Laut Gempolsewu terhadap minat menabung siswa di MI Muhammadiyah 01 Rowosari?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi KJKS BMT Sinar Laut Gempolsek terhadap minat menabung siswa di MI Muhammadiyah 01 Rowosari.

#### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, baik manfaat secara akademis maupun manfaat bagi industri perbankan syariah:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat bagi KJKS BMT Sinar Laut Gempolsek yang dalam hal ini menjadi objek penelitian, hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam rangka meningkatkan kualitas dan mempromosikan kepada masyarakat bahwa KJKS BMT Sinar Laut Gempolsek yang menerapkan sistem bagi hasil mampu bersaing dengan BMT lain pada umumnya

##### **2. Manfaat Praktis**

Dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk pengembangan pengetahuan lembaga keuangan Syariah dan menjadi rujukan penelitian berikutnya tentang Pengaruh Promosi KJKS BMT Sinar Laut Gempolsek Terhadap Mienat Menabung

Siswa di Mi Muhammadiyah 01 Rowosari Kecamatan Rowosari  
Kabupaten Kendal.

#### **1.4 Sistematika Penelitian**

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

##### **Bab I. Pendahuluan**

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisannya.

##### **Bab II. Tinjauan Pustaka**

Dalam bab ini menguraikan tentang pengertian promosi, fungsi dan tujuan promosi, strategi promosi, pengertian BMT (Baitul Maal Wa Tamwil), pengertian minat menabung, unsur-unsur minat, akad syari'ah, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis serta hipotesis.

##### **Bab III. Metode Penelitian**

Dalam bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, yang meliputi: jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran serta teknik analisis data.



**Bab IV. Analisis Data dan Pembahasan**

Dalam bab ini penulis akan membahas tentang profil obyek penelitian, pengujian dan hasil analisa data, pembuktian hipotesis dan pembahasan hasil analisa data.

**Bab V. Kesimpulan dan Saran**

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran- saran dari hasil analisis data pada bab – bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan bagi penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis serta hipotesis.