

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Agama Islam sangat menghargai orang yang bekerja dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan keluarganya, akan tetapi ada orang yang memiliki keahlian tertentu tapi tidak mampu mengembangkan usahanya akibat tiada modal usaha. Salah satu solusi untuk permasalahan ini adalah perlunya adanya lembaga keuangan syariah yang memberikan pembiayaan bagi kelompok orang tersebut.

BMT adalah lembaga ekonomi atau keuangan syariah non perbankan yang bersifat informal BMT sebagai lembaga yang berperan dalam pengembangan ekonomi masyarakat bawah dan dimiliki serta dikuasai oleh masyarakat setempat, sehingga menjadi lembaga yang berkemampuan mengembangkan jaringan vertikal dan horizontal dengan lembaga-lembaga keuangan syariah dalam bentuk, BMT (Baitul Mal Wa Tamwil) dan Koperasi Serba Usaha.¹

BMT (KJKS) harus juga tunduk dengan ketentuan undang-undang lain yang berkaitan dengan koperasi. Adapun undang-undang pokok yang mengatur tentang koperasi adalah undang-undang Nomor 25 tahun 1992 tentang perkoperasian.

¹ Prof. H.A. Djazuli, dkk. *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada. 2002. Hlm 169

Dengan demikian keberadaan BMT menjadi organisasi yang sah dan legal. Sebagai lembaga keuangan syariah, BMT harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah. Keterpaduan mengisyaratkan adanya barapan untuk mencapai sukses di dunia dan akhirat juga keterpaduan antara sisi maal dan tamwil. Kekeluargaan dan kebersamaan berarti upaya untuk mencapai kesuksesan tersebut di raih dengan bersama. Kemandirian berarti BMT tidak dapat hidup hanya dengan bergantung pada uluran tangan pemerintah, tetapi harus berkembang dari peningkatan partisipasi anggota dan masyarakat, untuk itulah pola pengelolaan harus profesional.²

Pemerintah dalam mendorong dan mengembangkan kehidupan ekonomi syari'ah dalam masyarakat melalui pengembangan Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah/Unit Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS/UJKS), melalui program bantuan perkuatan struktur permodalan KJKS/UJKS dengan pola dana bergulir syari'ah. Dengan dukungan perkuatan dana bergulir kepada KJKS yang aktivitasnya berada disektor tersebut.

BMT bertujuan meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. BMT berorientasi pada upaya peningkatan kesejahteraan anggota dan masyarakat. Anggota harus di berdayakan supaya dapat mandiri. Dengan sendirinya, tidak dapat dibenarkan jika para anggota dan masyarakat menjadi sangat tergantung kepada BMT. Dengan menjadi anggota BMT, masyarakat dapat meningkatkan

² Muhammad Ridwan. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil: Yogyakarta*. UII Pres. 2004. Hlm 129-130

taraf hidup melalui peningkatan usahanya.pemberian modal pinjaman sedapat mungkin dapat memandirikan ekonomi para peminjam. Oleh karena itu, sangat perlu dilakukan pendampingan. Dalam pelemparan pembiayaan, BMT harus dapat menciptakan suasana keterbukaan, sehingga dapat mendeteksi berbagai kemungkinan yang timbul dari pembiayaan. Untuk mempermudah pendampingan, pendekatan pola kelompok menjadi sangat penting, anggota dikelompokkan berdasarkan usaha yang sejenis atau kedekatan tempat tinggal, sehingga BMT dapat dengan mudah melakukan pendampingan.³

Marketing menurut perspektif syariah adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan siapa pun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam.⁴

Marketing syariah itu sendiri memiliki tujuan untuk memperkenalkan dan menjual produk-produk serta memberikan pengetahuan dasar tentang perbankan syariah. Tujuan ini akan memberikan efek, baik bagi nasabah maupun bagi instansi itu sendiri, nasabah akan terbantu dalam memahami

³Muhammad Ridwan. *Menejemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*. Jogjakarta : UII Press (Anggota IKAPI). 2004, 2005.hlm 128.

⁴ Ahmad Elqorni, *Pemasaran Perusahaan Berbasis Syariah*, 2012. [Http://pemasaran.perusahaanberbasis.syariah.com/all-management-insight-catatan-perkuliahan/](http://pemasaran.perusahaanberbasis.syariah.com/all-management-insight-catatan-perkuliahan/).htm

produk dan juga suatu instansi akan terbantu dalam mendapatkan customer base-nya. Sehingga, marketing merupakan jantungnya kegiatan pada sebuah perusahaan, jika ingin mencapai target yang ditetapkan, perusahaan haruslah melakukan kegiatan pemasaran dengan serius. Pandangan marketing sekarang adalah berbasis kepada hubungan dengan pelanggan. Inti marketing sekarang adalah meningkatkan kepuasan pelanggan melalui penciptaan nilai bagi pelanggan.⁵ Kunci sukses dalam marketing syariah yang harus dimiliki oleh para pemasar, yaitu :

1. *Tallent*, atau secara harfiahnya para marketer harus memiliki kejujuran, cerdas, kreatif, berpenampilan menarik, menyenangkan pekerjaan, bisa mengendalikan emosi, dan lain-lain.
2. *Product Knowledge*, menguasai produk dan kegunaannya, mengetahui kelebihan dan kelemahan produk bank pesaing.
3. *Selling Skill*, inilah yang menjadi tolak ukur awal seorang marketer yang bagus, kelihaiannya melobi dan meluluhkan hati nasabah.
4. Menjunjung tinggi akhlak mulia, seperti tidak zalim kepada mitra bisnis, konsisten sesuai kesepakatan, kejujuran dan keterukan.
5. Prinsip mewaspadaikan keadaan pasar yang selalu berubah

BMT merupakan suatu lembaga bisnis yang bergerak dalam bidang keislaman. Berbagai motif berbisnis akan menjadi suatu dorongan kuat yang akan mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat, baik di tingkat regional,

⁵ Rifka Dejalu, Sharia Marketing, 2010. <http://Sharia Marketing « Rifka Dejalu.htm>

nasional, ataupun internasional. Bisnis selalu berkaitan dengan membangun relasi dan kontrak antar individu ataupun golongan, yang bermuara pada adanya kesepakatan antar kedua belah pihak. Rasulullah sangat memotivasi umatnya untuk berbisnis, karena berbisnis adalah cara yang paling cepat mendatangkan rezeki. Hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa perintah untuk berbisnis dengan cara yang *shalih*. Membangun hubungan yang positif di dalam berbisnis adalah suatu keharusan, karena ada kelompok intern dan ekstern yang mempunyai peranan penting terhadap kemajuan sebuah aktivitas bisnis.⁶

Di Pati berdiri banyak BMT, diantaranya adalah BMT Fastabiq. BMT Fastabiq sangat dominan didalam pengembangan usahanya terlihat dalam beberapa tahun yang lalu hingga sekarang jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan sangat banyak dan selalu meningkat, hal tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1

Jumlah Nasabah Pembiayaan Syariah di BMT Fastabiq Pati

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2007	4.183
2.	2008	5.148
3.	2009	6.905
4.	2010	9.133
5.	2011	11.072

Sumber : BMT Fastabiq Pati

⁶ Ika Yunia Fauzia, *Perilaku Bisnis Dalam Jaringan Pemasaran*, Surabaya : IAIN Sunan Ampel, 2011, Hlm 1

Melihat dari jumlah nasabah dari tahun 2007 hingga 2011 menunjukkan bahwa produk-produk BMT Fastabiq banyak diterima oleh masyarakat dan mampu membantu masyarakat meningkatkan usahanya khususnya masyarakat yang ada di Kota Pati.

BMT Fastabiq yang mempunyai kantor pusat di Kota Pati dan mempunyai kantor cabang, Trangkil, Wedarijaksa, Tayu, Juana, Kota Jepara, Kota Kudus. Pada saat ini pemberdayaan BMT menjadi satu pilihan yang dinanti oleh masyarakat Pati dan sekitarnya. Di BMT Fastabiq Pati mempunyai produk pembiayaan syariah yang meliputi pembiayaan Mudharabah, Musyarokah, Murabahah, Ijarah, dan Qordul Hasan.

Banyaknya jumlah nasabah yang senantiasa meningkat mengindikasikan adanya produk-produk pembiayaan yang menarik dan di terima masyarakat serta diterapkannya marketing syariah yang baik sesuai dengan harapan masyarakat. Berdasar dari fakta-fakta di atas menarik penulis untuk meneliti BMT ini, terkait dengan judul Skripsi **“PERAN PEMBIAYAAN SYARIAH DAN MARKETING SYARIAH TERHADAP PENINGKATAN PEREKONOMIAN PEDAGANG DI PASAR TRANGKIL PATI (Studi Kasus pada BMT Fastabiq Pati)”**

1.2 Rumusan Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang masalah diatas maka permasalahan yang akan diangkat adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana peran BMT dalam melakukan pembiayaan syariah untuk meningkatkan perekonomian pedagang di Pasar Trangkil Pati?
2. Bagaimana peran BMT dalam melakukan marketing syariah untuk meningkatkan perekonomian pedagang di Pasar Trangkil Pati?

1.2 Tujuan penelitian

Berkaitan dengan masalah diatas, tentunya ada tujuan yang ingin dicapai yaitu:

1. Untuk mengetahui peran BMT dalam melakukan pembiayaan syariah untuk meningkatkan perekonomian pedagang di Pasar Trangkil Pati.
2. Untuk mengetahui peran BMT dalam melakukan marketing syariah untuk meningkatkan perekonomian pedagang di Pasar Trangkil Pati.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Memberikan sumbangan pemikiran dan mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya mengenai lingkup perbankan syari'ah.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan dan penulis tentang peran pembiayaan syariah dan marketing syariah terhadap peningkatan

perekonomian pedagang di Pasar Trangkil Pati (studi kasus pada BMT Fastabiq Pati)

- b. Hasil penelitian nantinya dapat dijadikan bahan masukan bagi masyarakat, akademisi maupun praktisi tentang pembiayaan di BMT Fastabiq.

1.5 Metode penelitian

1.5.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat kualitatif, maksud dari penelitian lapangan yakni penelitian yang datanya diperoleh dari lapangan, yaitu dari pengelola BMT Fastabiq, dan nasabah BMT Fastabiq.

1.5.2 Pendekatan penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu, atau untuk melakukan penyebaran suatu gejala, atau untuk menentukan ada tidaknya hubungan antara suatu gejala dengan gejala lain dalam masyarakat.

Penelitian kualitatif adalah tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Yaitu apa yang dinyatakan oleh responden secara tertulis atau lisan dan perilaku nyata. Yang diteliti dan dipelajari adalah objek penelitian yang utuh, sepanjang hal tersebut mengenai

manusia atau sejarah kehidupan manusia.⁷ Alasan dipilihnya penelitian kualitatif ini, karena Peneliti ingin memperoleh deskripsi secara langsung berhubungan dengan masyarakat ekonomi mikro (nasabah) terhadap kebijakan BMT Fastabiq.⁸ Sedangkan tujuan dalam penelitian ini bukan untuk menguji, tetapi didasari oleh perasaan keingintahuan tentang bagaimana upaya meningkatkan perekonomian masyarakat melalui pembiayaan syariah dan marketing syariah.

1.5.3 Sumber Data

Sumber data ialah tempat atau orang dimana data diperoleh.⁹ Sumber data dalam penelitian ini adalah data yang penulis peroleh dari pengelola BMT Fastabiq pusat, pengelola BMT Fastabiq berbagai cabang dan nasabah BMT Fastabiq.

1.5.3.1 Data Primer

Sumber data primer adalah data yang bersumber dari pengurus BMT fastabiq pusat, BMT fastabiq cabang dan nasabah yang melalui wawancara dan dokumentasi.¹⁰ Dengan demikian, maka dalam data primer dalam penelitian ini adalah data yang diambil dari sumber yang berupa hasil wawancara dengan BMT Fastabiq dan nasabah yang di rekam melalui alat elektronik dan catatan.

⁷ Prof. Dr. Lexy J. Moleong. M.A. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Cet 1*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2005. Hlm. 5-6

⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002, hlm. 45

¹⁰ Saifudin Azwar. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. 1998. Hlm 91

1.5.3.2 Data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber Data yang berasal dari semua informasi baik dari BMT maupun dari nasabah, dokumen-dokumen yang berkenaan dengan BMT, dan buku-buku, surat kabar, internet, majalah yang relevan dengan pembiayaan syariah dan marketing syariah serta sumber yang lain berupa hasil wawancara antara BMT dan nasabah.¹¹

1.5.4 Teknik pengumpulan Data

1.5.4.1 Observasi

Metode Observasi digunakan oleh seseorang peneliti ketika hendak mengetahui fenomena objek yang diamati. Penulis mencoba mengamati BMT Fastabiq Pati, mengambil gambar BMT Fasabiq, mengambil gambar usaha para nasabah dan mengamati akad pembiayaan syariah dan marketing syariah yang di lakukan oleh BMT pada nasabah.¹²

1.5.4.2 Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang berupa dialog, yang dilakukan oleh penulis untuk memperoleh informasi dari yang diwawancarai.¹³ Penulis akan mewawancarai sebagian pengurus BMT Fastabiq Pati yang menangani tentang pembiayaan syariah dan marketing

¹¹ Saifudin Azwar. *Ibid.* Hlm 91

¹² Prof. Dr. Nana Syaodih SukmaDinata. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya. 2010. Hlm 220

¹³ Prof. Dr. Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT Rineka Cipta. 2002. Hlm 132

syariah serta sebagian masyarakat ekonomi mikro yang mendapatkan pembiayaan syariah (nasabah).

1.5.4.3 Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen-dokumen yang ada dan terdapat di kantor BMT Fastabiq. Dokumen yang bisa penulis pelajari adalah berupa data tentang produk pembiayaan yang dalam hal ini penulis hanya mengambil BMT Fastabiq, yaitu BMT Fastabiq sebagai sample pembiayaan kepada usaha kecil dan menengah dan nasabah sebagai objek penelitian yang kemudian diperkuat dengan data-data kepustakaan (buku, surat kabar/ media massa, internet).¹⁴

1.5.5 Metode Analisis Data

Proses analisa data merupakan suatu proses penelaahan data secara mendalam. Guna untuk memperoleh gambaran yang jelas dalam memberikan, menyajikan, dan menyimpulkan data, maka dalam penelitian ini digunakan metode analisa deskriptif kualitatif, yaitu suatu penelitian yang dimaksudkan untuk mendeskripsikan suatu situasi tertentu yang bersifat faktual secara sistematis dan akurat.¹⁵

Metode ini merupakan metode analisa data dengan cara menggambarkan keadaan atau status fenomena di BMT Fastabiq dan Nasabah

¹⁴ Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi 2010*. Jakarta : Rineka Cipta. 2010. Hlm 274

¹⁵ Prof. Dr. Sudarman Danim. *Menjadi Penelitian Kualitatif*. Banhdung: CV. PUSTAKA SETIA. 2002. Hlm 41

dengan kata-kata atau kalimat yang dipisah-pisah menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan. Dalam hal ini, penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat itu adalah memecahkan masalah penelitian serta memberikan deskripsi yang berkaitan dengan objek penelitian.¹⁶ Dengan metode ini penulis berusaha mendeskripsikan upaya peningkatan perekonomian masyarakat melalui pembiayaan syariah dan marketing syariah.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bab, yang kesemuanya merupakan satu rangkain yang saling berkaitan. Adapun isi yang menjadi pokok bahasan masing-masing bab diuraikan sebagai berikut:

Judul “Peran Pembiayaan Syariah Dan Marketing Syariah Terhadap Peningkatan Perekonomian Pedagang Di Pasar Trangkil Pati (Studi Kasus Di BMT Fastabiq Pati)”

Bab I : Pendahuluan, Latar Belakang Masalah, Rumusan masalah, Tujuan dan manfaat penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, Sistematika penulisan

Bab II : Konsep Dasar Pembiayaan Syariah, Tujuan Pembiayaan, Unsur Pembiayaan, Prinsip-prinsip Pembiayaan, Pengertian Marketing Syariah, Tujuan Marketing Syariah, Prinsip-Prinsip Marketing syariah.

¹⁶Lexy J. Moleong. *Op.cit.* Hlm 3

- Bab III : Profil KJKS BMT Fastabiq, Tahap Pendirian KJKS BMT Fastabiq, Visi dan Misi BMT Fastabiq, Tujuan BMT Fastabiq, Prestasi Yang Dicapai, Struktur Organisasi KJKS BMT Fastabiq, Penilaian Kesehatan, Peran Pembiayaan Syariah Dan Marketing Syariah Terhadap Peningkatan Perekonomian Pedagang di Pasar Trangkil Pati
- Bab VI : Analisis Peran Pembiayaan Syariah Terhadap Peningkatan Perekonomian Pedagang Di Pasar Trangkil Pati, Analisis Peran Marketing Syariah Terhadap Peningkatan Perekonomian Pedagang Di Pasar Trangkil Pati
- Bab V : Kesimpulan, Saran-saran, Penutup.